

**Funcionamento e comunicação  
numa empresa de tradução: estudo de caso da  
Upwords**

**Sara Filipa Pinho Mendes**

**Relatório de Estágio de Mestrado em Tradução  
Especialização em Inglês**

**Novembro de 2019**

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Tradução - Especialização em Inglês realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Karen Bennett e da Professora Doutora Susana Valdez.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à Professora Doutora Karen Bennett e à Professora Doutora Susana Valdez por terem aceitado o desafio de serem minhas orientadoras e por toda a paciência, dedicação e disponibilidade.

Um grande obrigada ao orientador no local de estágio, o Dr. Mário Rodrigues, pela oportunidade de realizar este estágio curricular e dar os meus primeiros passos na área da tradução.

Aos meus amigos e à minha família por todo o apoio recebido desde o início do estágio até à redação deste relatório.

## RESUMO

### **Funcionamento e comunicação numa empresa de tradução: estudo de caso da Upwords**

**Sara Filipa Pinho Mendes**

O presente relatório tem como objetivo sintetizar e descrever o estágio curricular efetuado na empresa Upwords. O estágio decorreu durante três meses e teve como principal foco a realização de tarefas de pós-edição, localização, tradução e transcrição. A realização deste estágio teve como principal motivação a oportunidade de adquirir experiência no mercado de tradução através da prestação de serviços de tradução a nível profissional.

O funcionamento e a comunicação de uma empresa de tradução tratam-se de áreas de estudo pouco investigadas e desenvolvidas. Nesse sentido, o relatório de estágio aqui apresentado tem como principal objetivo explorar e debater este tema, a partir da perspetiva da tradutora estagiária, tendo em conta a ausência de estudos descritivos desta temática.

Através desta investigação e debate, pretende-se abordar diversos aspetos. Numa fase inicial, o papel da instituição de acolhimento na integração da tradutora estagiária nas dinâmicas da empresa terá uma importância significativa. O facto de o estágio decorrer numa empresa de tradução permitiu que a tradutora estagiária tivesse contacto direto com as cadeias de comunicação e hierarquias existentes. Consequentemente, a comunicação a nível interno e a nível externo será o tema central. A nível interno pretende-se analisar as diferentes hierarquias: direção, *vendor management*, *business development management*, gestão de projetos, tradução, revisão e assistência de marketing e o modo como se processa a comunicação entre as mesmas. A nível externo pretende-se explorar o modo como decorre a comunicação com os clientes, os tradutores em regime *freelancer*, os revisores externos, o consultor externo e os moderadores linguísticos. Os principais aspetos tratados nestas análises relacionam-se com o teor dos assuntos debatidos entre os diferentes elementos internos e externos da empresa e os meios de comunicação utilizados para o efeito.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; meios de comunicação; Upwords; comunicação a nível interno e externo; cadeias de comunicação

## **ABSTRACT**

### **Functioning and communication of a translation company: study case in Upwords**

**Sara Filipa Pinho Mendes**

This report aims to summarise and describe a curricular internship in the translation company Upwords. The internship lasted three months and mainly involved post-editing, localisation, translation and transcreation tasks. The main motivation for this internship was the opportunity to acquire experience in the translation market by providing translation services in a professional level.

The functioning and communication of a translation company are underinvestigated and underdeveloped study areas. In this regard, the main aim of the internship report is to explore and discuss this topic from the perspective of the trainee translator considering the lack of descriptive studies focused on this subject area.

The main aim of this report is to address various aspects through investigation and debate. At an initial stage, the role of the host institution in the integration of the trainee translator regarding the dynamics of the company will be significantly important. Due to the fact that the internship took place in a translation company, the trainee translator had the opportunity to have direct contact with the existing communication chains and hierarchies. Consequently, the communication at the internal and external level will be stressed. At an internal level, the objective is to analyse the different hierarchies: management, vendor management, business development management, project management, translation, revision and marketing assistance and the way communication between them is processed. At an external level, the objective is to analyse the way communication with clients, freelance translators, external reviewers, the external consultant and language moderators is processed. The main aspects approached are the topics of conversation among the different internal and external elements of the company and the means of communication used.

**KEYWORDS:** communication, means of communication, Upwords, communication in an internal and external level, chains of communication

## Índice

|  |    |
|--|----|
| Introdução.....  | 1  |
| Capítulo 1- O Estágio.....   | 3  |
| 1.1. A instituição de acolhimento.....   | 3  |
| 1.2. Funções da tradutora estagiária.....                                      | 5  |
| 1.2.1. Integração e adaptação às políticas da instituição de acolhimento ..... | 5  |
| 1.3. Tipos de texto.....   | 7  |
| 1.3.1. Textos de localização de <i>software</i> .....                          | 8  |
| 1.3.2. Textos de turismo .....   | 9  |
| 1.3.3. Textos jurídicos .....  | 11 |
| 1.3.4. Textos publicitários e de marketing.....                                | 11 |
| 1.4. Tipos de ferramentas .....  | 12 |
| 1.4.1. LEAF .....  | 13 |
| 1.4.2.XTM Cloud.....   | 14 |
| 1.4.3. memoQ.....  | 15 |
| 1.4.4.SDL Trados Studio .....  | 16 |
| 1.4.5. memsource .....   | 16 |
| Capítulo 2- Comunicação a nível interno na instituição de acolhimento .....    | 18 |
| 2.1. Enquadramento teórico.....  | 18 |
| 2.2. Cadeias de comunicação a nível interno.....                               | 21 |
| 2.2.1. O diretor-geral .....   | 22 |
| 2.2.2. <i>O Vendor Manager</i> .....   | 25 |
| 2.2.3. <i>A Business Development Manager</i> .....                             | 26 |
| 2.2.4. Os PM .....   | 27 |
| 2.2.5. Comunicação interna global.....   | 29 |
| Capítulo 3- Comunicação a nível externo na instituição de acolhimento .....    | 31 |
| 3.1. Cadeias de comunicação a nível externo .....                              | 31 |
| 3.1.1. <i>Vendor Manager</i> e tradutores em regime <i>freelancer</i> .....    | 32 |
| 3.1.2. Clientes e PM (primeira fase).....                                      | 33 |
| 3.1.3. PM e tradutores em regime <i>freelancer</i> .....                       | 34 |
| 3.1.4. PM e clientes (fase intermédia) .....                                   | 36 |
| 3.1.5. PM e revisores .....  | 37 |
| 3.1.6. PM e tradutores em regime <i>freelancer</i> (fase final) .....          | 38 |
| 3.1.7. Clientes e PM (fase final).....   | 38 |
| 3.1.8. PM e moderadores linguísticos .....                                     | 39 |
| 3.1.9. Assistente de marketing e colaborador externo .....                     | 40 |

|  |     |
|--|-----|
| Capítulo 4- Estudos de caso .....                  | 41  |
| 4.1. Texto de localização de <i>software</i> ..... | 41  |
| 4.2. Texto de turismo .....                        | 47  |
| 4.3. Texto jurídico .....                          | 50  |
| 4.4. Textos publicitários e de marketing .....     | 53  |
| Conclusão .....                                    | 59  |
| Referências bibliográficas .....                   | i   |
| Anexos .....                                       | iii |

## **Lista de abreviaturas mais utilizadas**

|         |   |
|---------|---|
| MT..... | Memória de Tradução                               |
| PM..... | <i>Project Manager</i> (Gestor de projetos)       |
| PO..... | <i>Purchase Order</i> (Nota de encomenda)         |
| QA..... | <i>Quality Assessment</i> (Garantia de qualidade) |
| TA..... | Tradução Automática                               |
| TB..... | <i>Term Base</i> (Base terminológica)             |
| UI..... | <i>User Interface</i> (Interface de utilizador)   |



## Introdução

O relatório que aqui se apresenta descreve o estágio curricular de 400 horas realizado entre setembro e novembro de 2018 na empresa de tradução Upwords, como uma das propostas para concluir a componente não letiva do mestrado em Tradução na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas na Universidade Nova de Lisboa.

A tradutora estagiária decidiu realizar um estágio curricular ao invés de um trabalho de projeto ou de uma dissertação, porque desejava adquirir experiência a nível prático no ramo da tradução. Optou pela Upwords por ser uma empresa pequena que entendia ser mais útil para a realização de um estágio. Foi considerado o local ideal para um acompanhamento mais de perto que desse a possibilidade de esclarecer dúvidas e colocar questões à medida que estas surgissem.

A motivação para a escolha do tema do relatório — Funcionamento e comunicação numa empresa de tradução: estudo de caso da Upwords — relaciona-se com o facto de as áreas abordadas serem áreas de estudo pouco desenvolvidas. A exploração destas áreas associa-se à necessidade de a tradutora estagiária questionar os seus colegas acerca de aspetos como a linguagem e os meios de comunicação utilizados. De modo a poder descrever adequadamente estas áreas, o relatório é dividido em quatro capítulos fundamentais.

No primeiro capítulo são abordados diversos aspetos relacionados com a experiência de estágio. Em primeira instância, faz-se uma análise introdutória na qual são identificadas as principais características da instituição de acolhimento, destacando as funções e o papel dos seus elementos no funcionamento da mesma. De seguida, a tradutora estagiária explica o processo de adaptação à instituição de acolhimento. Por fim, são tratados os principais tipos de textos e ferramentas utilizados, assim como os serviços prestados durante o estágio.

No segundo capítulo descreve-se o processamento da comunicação a nível interno. Tendo como base o modelo de comunicação de H. Lasswell (1948), são analisadas as diferentes relações estabelecidas entre os elementos internos da empresa. Em primeiro lugar, é apresentada uma explicação acerca das diferentes componentes deste modelo e do modo como a associação entre todas estas componentes é essencial para a obtenção de uma análise descritiva e completa. Nesta primeira explicação também são introduzidos os principais conceitos relacionados com comunicação. São abordadas

as mais importantes cadeias de comunicação com o objetivo de destacar a importância da comunicação no bom funcionamento de uma empresa de tradução. Os meios de comunicação utilizados, a mensagem e o propósito da mesma são destacados.

No terceiro capítulo desenvolve-se o processamento da comunicação a nível externo. O modelo de H. Lasswell é uma vez mais determinante na análise das cadeias de comunicação entre os membros internos e externos da empresa. Apresenta-se detalhadamente o papel que cada elemento externo desempenha no funcionamento da empresa e o modo como se processa a comunicação externa. A tradutora estagiária não colabora na comunicação externa, por isso esta análise baseia-se na observação e nas informações transmitidas pelos diferentes elementos internos da empresa.

Por fim, no quarto e último capítulo, são introduzidos diversos estudos de caso que destacam as diferenças nas cadeias de comunicação consoante o tipo de textos analisado. Também são descritos os problemas de tradução encontrados em cada tipo de textos e o papel destas diferentes cadeias na resolução dos mesmos.

Pretende-se que este relatório de estágio apresente uma perspetiva inovadora acerca do funcionamento e comunicação numa empresa de tradução em Portugal na atualidade. Consequentemente, deseja-se que a investigação nestas áreas de estudo continue com o intuito de impulsionar o crescimento do setor da tradução através da aplicação de novos métodos e técnicas.

## Capítulo 1- O Estágio

O capítulo inicia-se com uma descrição da instituição de acolhimento, fazendo referência aos seus funcionários e aos serviços prestados pela mesma. Faz-se uma análise das funções da tradutora estagiária, assim como dos aspetos mais importantes no processo de adaptação ao local de estágio. De seguida, os tipos de textos e ferramentas utilizados são abordados detalhadamente.

### 1.1. A instituição de acolhimento

A Upwords conta com 19 anos de experiência e disponibiliza serviços de tradução, interpretação, transcrição, legendagem, edição e publicação, pós-edição<sup>1</sup> e TA (Tradução automática)<sup>2</sup> envolvendo mais de 100 idiomas. A Upwords é uma empresa de tradução sediada em Lisboa, possuindo também escritórios em Belo Horizonte e Luanda. Trata-se de uma empresa que trabalha com projetos em várias áreas de especialização e a sua carteira de clientes inclui algumas das maiores empresas internacionais, marcas conhecidas e *startups* em rápido crescimento. Destas empresas internacionais e marcas conhecidas fazem parte, por exemplo, a Samsung, a Quintiles e a Gant. Deste modo, a Upwords não só colabora com empresas de renome, como também procura angariar clientes de menor dimensão. A Upwords também gere projetos de tradução multilingues de grande escala e acrescenta traduções de forma contínua. Ou seja, a Upwords trabalha com um leque variado de tradutores e, à medida que vão surgindo atualizações nestes projetos, o principal objetivo consiste na constante atualização do conteúdo dos mesmos<sup>3</sup>.

A empresa conta, à data do presente estágio, com um diretor-geral, cinco PM (*Project Manager*), uma assistente de marketing, uma assistente administrativa, uma *Business Development Manager*, um *Vendor Manager* e uma tradutora *in-house*. Para além dos colaboradores referidos, a Upwords trabalha com vários tradutores e revisores em regime *freelancer*, especializados nas mais diversas áreas, de modo a responder ao

---

<sup>1</sup> Segundo Jeffrey Allen (2003:297), a pós-edição foi definida em 1997 por Veale e Way da seguinte forma: “term used for the correction of the machine translation output by human linguistics/editors”.

<sup>2</sup> Segundo Thierry Poibeau (2017:1), as ferramentas de tradução automática são programas de computador capazes de produzir automaticamente numa língua de chegada a tradução de um texto numa língua de partida.

<sup>3</sup> Site da empresa de tradução Upwords. Consultar versão mais recente em <https://www.upwordstranslation.com/home/pt>

grande volume de trabalho e aos elevados padrões de qualidade. O diretor-geral encarrega-se da gestão da empresa, da supervisão de todos os setores da mesma e dos pagamentos. Os PM são responsáveis pela receção e distribuição dos projetos dos clientes. A assistente de marketing deve assegurar-se de que a estratégia de marketing é cumprida a curto e longo prazo. A assistente administrativa deve faturar os projetos efetuados e verificar as faturas recebidas. A *Business Development Manager* é responsável pela angariação de novos clientes e pela gestão de antigos clientes. O *Vendor Manager* foca-se na componente de contratação de novos tradutores. Por fim, a tradutora *in-house* tem como principal função prestar serviços de tradução em diversas áreas de especialização, cumprindo as normas e seguindo as regras específicas de cada cliente.

No que diz respeito aos clientes, como referido anteriormente, a empresa conta com uma carteira de clientes diversificada e oferece soluções em várias áreas especializadas. Nestas áreas incluem-se a área automóvel, de direito, do setor energético, das finanças, de marketing, de medicina e farmácia, de *software*, de videojogos e de websites. A Upwords trabalha tanto com clientes diretos como com grandes empresas internacionais de tradução. Nos processos de tradução multilingues existe mediação do trabalho entre a empresa e o cliente final. Os tradutores devem ter em conta que estes processos têm de ser flexíveis o suficiente para serem personalizados sempre que necessário e atenderem às necessidades específicas dos clientes.

A Upwords trabalha ao abrigo da Norma de Qualidade ISO 17100:2015<sup>4</sup>. A mesma especifica requisitos de todos os aspetos do processo de tradução que afetam diretamente a qualidade e a entrega dos serviços de tradução. Inclui medidas destinadas a fornecedores de serviços de tradução que estão relacionadas com a gestão dos principais processos, com os requisitos mínimos de qualificação, a disponibilidade e gestão de recursos e outras ações necessárias na entrega de um serviço de tradução com qualidade.

Tanto os colaboradores internos como os colaboradores externos são alvo de um rigoroso processo de seleção mediante a avaliação contínua das suas capacidades, tendo em conta o propósito de oferecer a melhor qualidade em todos os aspetos de um serviço de tradução, desde apoio ao cliente à consultoria.

---

<sup>4</sup> Para mais informações, consultar <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:17100:ed-1:v1:en>

## 1.2. Funções da tradutora estagiária

Um tradutor estagiário é descrito como um profissional em início de carreira, por isso, os estágios são realizados com o objetivo de inserir tradutores novatos no mercado de trabalho. No caso do mestrado de tradução, a realização de um estágio curricular permite que os tradutores novatos adquiram experiência e entendam como realmente se trabalha numa instituição europeia, numa empresa de tradução ou num jornal. Por essa razão, é significativo analisar as funções da tradutora estagiária, assim como as suas obrigações e deveres.

### 1.2.1. Integração e adaptação às políticas da instituição de acolhimento

A integração e adaptação ao funcionamento de uma empresa de tradução não é um processo longo e complicado, mas existem vários aspetos a ter em conta para a tradutora estagiária ter a melhor experiência possível.

Um dos mais importantes é a adaptação ao espaço. Este aspeto é sempre importante, porque a tradutora estagiária tem de se sentir familiarizada com o ambiente. Independentemente do tamanho das empresas de tradução, todos os membros têm de ter uma secretária ao seu dispor. No caso da Upwords, algumas das secretárias estão no corredor principal da entrada e outras estão em espaços contíguos. Esta disposição das secretárias facilita a interação entre os diferentes membros da empresa e, no caso de uma empresa pequena, é natural que haja mais envolvimento entre os funcionários. A tradutora estagiária está habituada a ambientes universitários de grande dimensão e, por essa razão, o espaço fisicamente reduzido da empresa causou-lhe alguma estranheza nos primeiros dias.

Outro aspeto que assume grande importância é o trabalho em equipa. Este é um fator essencial para qualquer pessoa que trabalhe numa empresa, independentemente do ramo. Se a primeira experiência de trabalho decorrer numa empresa de grande dimensão, o processo de integração e adaptação será, provavelmente, mais difícil e demorado. Por essa razão, estagiar numa empresa de menor dimensão, ainda em crescimento, facilita a integração e o relacionamento com os funcionários. Acima de tudo, é mais fácil a tradutora estagiária sentir-se acompanhada e os colegas estão mais disponíveis a esclarecer dúvidas que vão surgindo durante o processo.

A tradutora estagiária está dependente do volume de tradução recebido pelos PM. Devido à imprevisibilidade do mesmo, é necessário existir uma cooperação entre os PM, os tradutores e os revisores com o intuito de satisfazer os clientes da melhor forma possível. Os PM estão sempre dependentes dos tradutores e dos revisores, têm a responsabilidade de justificar um eventual atraso na entrega de um serviço de tradução e as consequências poderão afetar todos os funcionários. Ao contrário dos tradutores em regime *freelancer* que têm de assumir múltiplas funções, os tradutores *in-house* apenas têm de traduzir, consoante o número de projetos que lhes é atribuído e certificar-se de que o projeto final tem a melhor qualidade possível.

Sendo o mercado de tradução tão competitivo, todos os tradutores estagiários estão num processo de constante avaliação das suas capacidades e do seu compromisso com a empresa, tendo, por isso, de demonstrar que são merecedores desse voto de confiança junto de toda a equipa. Nos primeiros dias, os PM e o diretor-geral requisitaram a leitura de alguns documentos de referência por parte da tradutora estagiária. Estes documentos são fornecidos pelos clientes. Além disso, o diretor e os PM deram-lhe alguns textos de menor dimensão para testar as suas capacidades. É importante referir que, antes da entrevista na empresa, o diretor já tinha enviado alguns documentos à tradutora estagiária para testar a qualidade da sua tradução, um processo pelo qual todos os tradutores em regime *freelancer* têm de passar. Desse modo, é possível ter contacto com textos de diferentes áreas de especialização desde o início. A evolução gradual da tradutora deveu-se ao facto de ter começado por traduzir textos mais pequenos.

Um dos aspetos mais significativos relaciona-se com a importância das novas tecnologias na comunicação da empresa. Sendo o espaço físico pequeno, todos os membros internos da empresa estão muito próximos uns dos outros. Por isso, quando a tradutora estagiária foi informada de que parte significativa da comunicação ocorria através do Skype, pensou que teria sempre a tendência de comunicar oralmente com os seus colegas. Tendo como principal função traduzir, os PM habitualmente contactam-na para a informarem das características de determinado projeto e saberem se está disponível para se encarregar do mesmo sem terem de se deslocar até à sua secretária. A tradutora estagiária contacta-os quando termina um projeto ou deseja esclarecer dúvidas. Considera-se que este é um método de comunicação eficaz, especialmente quando existe um elevado volume de trabalho.

Por fim, um dos aspetos mais complicados para a tradutora estagiária é avaliar o tempo necessário para se dedicar a um projeto. Como a Upwords tem cinco PM, tem de se certificar de que não aceita demasiados projetos. No início, os PM não lhe pediam que traduzisse um grande número de palavras por dia, porque não queriam que sentisse pressão para entregar os projetos o mais cedo possível. Idealmente, desejavam que se habituasse a trabalhar com as ferramentas e a lidar com todas as normas relativas à tradução especializada antes de começar a trabalhar com projetos de maior dimensão. À medida que o seu estágio foi decorrendo e se foi adaptando à empresa, o número de palavras que lhe era diariamente atribuído também foi aumentando. Este aumento gradual implica que, à medida que os projetos e as suas características se foram tornando familiares, o seu ritmo de trabalho também foi melhorando.

### 1.3. Tipos de texto

No que diz respeito aos tipos de textos, a Upwords trabalha com textos de diversas áreas de especialização, nomeadamente localização de *software*, turismo, jurídica e marketing. Estas são as áreas de especialização da maior parte dos projetos atribuídos durante o estágio. A área de especialização determina aspetos importantes como o público-alvo, as características e a finalidade do texto.

Durante a prestação dos diversos serviços de tradução especializada, o acesso a glossários e, na maior parte dos casos, a MT (Memórias de tradução), ajuda a manter a consistência na tradução dos termos técnicos. Além disso, o texto de partida em formato PDF é incluído em alguns dos projetos e a respetiva consulta contribui para uma maior uniformização da terminologia.

A classificação dos tipos de textos analisados está relacionada com a identificação dos projetos no portal Plunet. Este portal é utilizado para diversas funções, nomeadamente a atribuição e entrega de projetos. Sempre que os PM atribuem projetos, têm de descrever as características dos mesmos no portal. A descrição dos projetos está associada aos dados que constam na PO (*Purchase Order*). Os clientes enviam a PO aos PM e a mesma inclui informações sobre o cliente, o nome e o conceito do projeto, a data de entrega, o número de palavras, o pagamento e as condições de pagamento.

### 1.3.1. Textos de localização de *software*

A localização de *software* é um processo complexo. Segundo Anthony Pym (2010)<sup>5</sup>, o termo localização consiste num conjunto geral de discursos que faz referência a produção de texto transcultural e adaptação nas áreas de software, documentação de produtos, tecnologia web e alguns serviços de notícias. Pym também menciona que as definições padrão de “localização” são normalmente acompanhadas pelas definições de termos associados a este conceito, dando o exemplo das indústrias GILT (indústrias de globalização, internacionalização, localização e tradução).

Anthony Pym descreve igualmente as definições apresentadas pela *Education Initiative Taskforce of the Localization Industry Standards Association* para os conceitos de localização, internacionalização e globalização. A localização é definida como um processo que envolve a adaptação de um produto, linguística e culturalmente, para o público-alvo (país/região e idioma) onde vai ser vendido e utilizado. A internacionalização é o processo de generalizar um produto de modo a torná-lo adequado às várias convenções linguísticas e culturais. A globalização aborda questões empresariais associadas ao processo de globalização de um produto. A globalização de produtos de alta tecnologia envolve a integração de localização numa empresa, após uma internacionalização e conceção do produto, assim como marketing, vendas e suporte no mercado.

No site da SDL, empresa criadora e detentora do Trados, uma das ferramentas de tradução utilizadas na Upwords, encontra-se também uma definição de localização de *software*:

Software localization is the process of adapting a software product to the linguistic, cultural and technical requirements of a target market. This process is labour-intensive and often requires a significant amount of time from development teams.<sup>6</sup>

Na Upwords, o cliente pede um serviço de pós-edição associado ao processo de localização quando se trabalha com este tipo de textos. Os textos desta área de especialização normalmente consistem em instruções de utilização de software em computadores e telemóveis. O público-alvo destas pós-edições trata-se, por isso, dos

---

<sup>5</sup> Consultar <http://usuaris.tinet.cat/apym/on-line/translation/translation.html>

<sup>6</sup> Consultar <https://www.sdltrados.com/solutions/software-localization/>



utilizadores destes aparelhos. Os textos de localização de software caracterizam-se por serem textos com elevado número de termos técnicos, cuja função primária é dar instruções acerca da execução de diversas tarefas. Estes textos, normalmente, apresentam uma linguagem objetiva e frases curtas. Antes do início do processo de pós-edição, os PM requisitam a leitura do guia de estilo do cliente do software com o objetivo de familiarizar os pós-editores relativamente aos parâmetros que devem considerar e aos principais problemas de pós-edição que vão enfrentar.

### 1.3.2. Textos de turismo

Inicia-se este subcapítulo com uma explicação de Isabel Durán Muñoz relativa ao modo como os textos de turismo são interpretados atualmente. A linguagem turística já está a ser estudada a partir de uma perspetiva linguística e, no que concerne o ramo da tradução, também a ser considerada tradução especializada. O facto de a linguagem turística ter começado a ser considerada linguagem especializada apenas recentemente deve-se a dois principais aspetos. Por um lado, este campo é altamente influenciado por outras áreas (por exemplo, geografia, economia, história ou desporto) e a terminologia pertencente a esses campos é frequentemente utilizada. Por outro lado, os destinatários dos textos de turismo normalmente não são especialistas do ramo, ou seja, a linguagem utilizada apresenta muitas semelhanças em comparação com a linguagem geral e pouco especializada. (Isabel Durán Muñoz 2010: 32).

Isabel Durán Muñoz determina que a linguagem turística apresenta algumas características lexicais, sintáticas e textuais que justificam a sua inclusão como linguagem especializada. Nesta linguagem especializada, a terminologia é a principal característica. Como referido anteriormente, a maior parte do vocabulário específico encontrado nos textos de turismo pertence às áreas que o caracterizam (por exemplo, história, geografia, restauração e hotelaria) (2010: 32-33).

Esta abordagem de Isabel Durán Muñoz adequa-se aos textos de turismo trabalhados na Upwords. Os mesmos consistem em descrições de procedimentos a seguir e disponibilização de serviços em hotéis. Estas descrições são apresentadas em frases longas nas quais a linguagem utilizada é objetiva, destinando-se a visitantes de um site afiliado a uma empresa de viagens. O cliente pede um serviço de localização, visto que existe também uma adaptação cultural, nomeadamente em aspetos como formatos de

datas. As bases terminológicas auxiliam no processo de tradução sendo os principais meios de definição da terminologia (associada à área de hotelaria) mais correta a aplicar. As empresas ou entidades autoras deste tipo de textos têm por hábito enviar aos tradutores documentos de referência na forma de algumas tabelas em Excel. Nestes documentos, constam as normas obrigatórias a seguir.

As tabelas incluem, regra geral, quatro colunas. Na primeira coluna é inserido o texto de partida, na segunda coluna é inserida uma tradução em português desatualizada, na terceira coluna é inserida uma tradução em português atualizada e na quarta coluna são inseridos comentários. Por exemplo, na primeira coluna consta a seguinte frase em inglês “This property charges the following consumption-based heating and electricity fees: EUR 0.40 per KW for use over 300 kW per week”. Na segunda coluna pode ler-se “Este estabelecimento cobra taxas de aquecimento e de eletricidade com base na utilização de 0.40 EUR por kWh para consumos superiores a 300 kWh por semana” e na terceira “Este estabelecimento cobra as seguintes taxas de aquecimento e de eletricidade baseadas no consumo: 0,40 EUR por kWh para consumos superiores a 300 kWh por semana.” Por fim, na quarta coluna lê-se o comentário “Use esta estrutura”. Estas tabelas são um modelo de orientação enviadas pelo cliente com o objetivo de diminuir o número de inconsistências e fazer com que todos os tradutores sigam as mesmas estruturas frásicas. Abaixo, encontra-se um excerto de uma destas tabelas nas quais se encontram as quatro colunas referidas acima.

|            | Source   | Antes   | Agora  | Nota                       |
|------------|--|---|--|----------------------------|
| <b>NEW</b> | This hotel will place an authorization of USD 50 for incidentals for any bookings where payment for the stay will be made on site instead of at the time of booking. | O hotel emitirá uma autorização de 50 USD para despesas suplementares nas reservas cujo pagamento seja efetuado no local, em vez de no momento da reserva.  | O hotel <b>procede a uma pré-autorização do cartão no valor de 50 USD</b> para despesas suplementares nas reservas cujo pagamento seja efetuado no local, em vez de no momento da reserva. | utilizar "pré-autorização" |
| <b>NEW</b> | This property charges the following consumption-based heating and electricity fees: EUR 0.40 per kW for use over 300 kW per week.                                    | Este estabelecimento cobra taxas de aquecimento e de eletricidade com base na utilização de 0,40 EUR por kWh para consumos superiores a 300 kWh por semana. | Este estabelecimento cobra as seguintes taxas de aquecimento e de eletricidade <b>baseadas no consumo</b> : 0,40 EUR por kWh para consumos superiores a 300 kWh por semana.                | Please use this structure. |

Imagem 1. Exemplo de tabelas em Excel enviadas pelo cliente.

### 1.3.3. Textos jurídicos

Deborah Cao define tradução jurídica do seguinte modo:

Legal translation is a type of specialist or technical translation, a translational activity that involves language of and related to law and legal process. Legal translation refers to the rendering of legal texts from the Source Language (SL) into the Target Language (TL) (2010: 191).

A linguagem jurídica está associada a um sistema jurídico específico sendo, por isso, diferente da linguagem utilizada em ciência pura. A linguagem jurídica reflete a história, evolução, cultura e legislação de um sistema jurídico especial (Cao 2010:192). Através desta análise, é possível concluir que o principal problema na tradução destes textos deve-se ao facto de os termos jurídicos não terem referentes exteriores ao regime jurídico em que foram criados e serem, por isso, de natureza diferente dos termos de outras áreas.

Durante o estágio, a tradutora trabalhou com contratos que se caracterizam por apresentarem uma terminologia especializada e uma linguagem mais complexa que os tipos de texto abordados anteriormente. Estes contratos descrevem regras e condições de utilização de um determinado produto e destinam-se aos utilizadores do mesmo. Ao contrário do que acontece com os tipos de texto analisados anteriormente, nesta área não existe um grande número de correspondência de segmentos de TA nem MT. Por outras palavras, a maior parte das traduções tem de ser efetuada de raiz. Devido à ausência de correspondências de TA e MT, é necessário fazer alguma pesquisa durante o processo de tradução de textos desta área de especialização. Recursos como bases de dados *online*, nomeadamente a IATE e Eur-LEX, fornecem possíveis opções de tradução. O principal objetivo é assegurar que a terminologia utilizada é a mais correta e obter uma familiarização com alguns dos mais importantes conceitos associados ao sistema jurídico português.

### 1.3.4. Textos publicitários e de marketing

A nível da publicidade e do marketing, a tradutora estagiária trabalha com textos que se caracterizam como vários anúncios de produtos e instruções de utilização de plataformas de redes sociais. Na Upwords, trabalham-se diferentes textos enquadrados na área de publicidade e marketing, por isso o serviço prestado varia.

No primeiro tipo de textos, referente a vários anúncios de produtos, pede-se um serviço de transcrição, um termo relativamente novo criado pelos setores de publicidade, entretenimento e idiomas. Segundo Aída Ramos (2016) na sua formação “Transcreación y copywriting EN-ES”, o objetivo da transcrição consiste na recriação, no texto de chegada, do conceito de marketing subjacente à campanha publicitária do texto de partida. A transcrição partilha, segundo Cristina Valdés (2011:4), o objetivo da própria escrita para publicidade: persuadir e influenciar o público-alvo para que este adquira o produto ou serviço que está a ser publicitado. Em localização, são tidos em conta aspetos como o idioma e a adaptação cultural. Nos serviços de transcrição também são abordados estes aspetos, mas é prestada uma atenção especial à adaptação de nuances, expressões idiomáticas e estruturas frásicas. A transcrição define-se, por isso, como uma mistura de tradução e escrita criativa.

Daniel Gouadec define a tradução de marketing e publicidade do seguinte modo:

Advertising and marketing translation is some kind of a compromise between the subtleties of literature and the rigour of technical translation, with commercial rules and principles in between. (2007, 32-33).

A tradutora estagiária considera que a definição de Daniel Gouadec se enquadra no segundo tipo de textos pertencente a esta área de especialização. Após a receção dos projetos que se classificam como este tipo de textos, relacionado com instruções de utilização de plataformas de redes sociais, fornece-se um serviço de tradução que se destina aos utilizadores dessas mesmas plataformas. Os tópicos mais prominentes incluem informações acerca de aspetos como atualizações de produtos e novas funcionalidades disponíveis. Na língua de chegada utiliza-se a segunda pessoa, visto que a linguagem presente nas redes sociais caracteriza-se por ser informal.

#### 1.4. Tipos de ferramentas

A ferramenta indicada pelos clientes varia consoante os dados relativos aos projetos fornecidos na PO. A PO menciona também a ferramenta adequada para efetuar o serviço de tradução especializada pretendido. As ferramentas de tradução assistida por

computador<sup>7</sup> mais utilizadas no decorrer do estágio consistem no LEAF, XTM Cloud, memoQ, SQL Trados e memsource. De seguida, as características e o funcionamento destas ferramentas serão descritos de modo sucinto.

#### 1.4.1. LEAF

O LEAF é uma ferramenta de uma empresa de tecnologia transnacional utilizada na localização de projetos de UI (*User interface*)<sup>8</sup> e na pós-edição de *software*. A ferramenta funciona através de segmentos colocados na *cloud*<sup>9</sup> aos quais é possível aceder através de um sistema de credenciais.

Os projetos no LEAF são constituídos por três ficheiros: um para tradução, um para revisão e outro para gestão de projetos. Para começar a traduzir, tem de se carregar duas vezes no ficheiro para tradução que depois é aberto no LEAF. Quando o ficheiro é aberto, é necessário confirmar as contagens, ou seja, verificar se o número de palavras atribuído pelo PM corresponde ao número de palavras existentes. Ao aceder ao “Project Dashboard”, é possível ver os dados mais importantes do projeto. Devido à existência de TA, a contagem de palavras divide-se em palavras novas, palavras atualizadas e palavras traduzidas automaticamente. As palavras novas consistem em palavras para traduzir integralmente, as palavras atualizadas encontram-se em segmentos que sofreram alterações no texto de partida e as palavras traduzidas automaticamente devem ser revistas, porque existem várias inconsistências ao nível da sintaxe, da pontuação e da capitalização. Quando o número de palavras é demasiado grande para um único tradutor, o PM distribui o número de palavras existente nos diversos ficheiros por vários tradutores através da coluna “Vendor Comment”. O PM insere as iniciais da tradutora estagiária juntamente com as iniciais de outros tradutores sendo essencial filtrar os segmentos para não se correr o risco de alterar segmentos atribuídos a outra pessoa. Esta filtragem tem outra utilidade, porque torna possível interromper o trabalho e recomeçá-lo mais tarde. Depois da filtragem, acede-se ao editor de segmentos e o processo de pós-edição é

---

<sup>7</sup> Segundo Lynne Bowker (2002:144), a tradução assistida por computador é uma forma de traduzir idiomas através da qual os tradutores utilizam *hardware* do computador para suportar e facilitar o processo de tradução.

<sup>8</sup> Segundo o Term Studio (base terminológica do cliente de *software*), a interface de utilizador é uma porção de um programa com o qual o utilizador interage.

<sup>9</sup> Segundo o Term Studio, a *cloud* é um modelo de serviços de computação que utiliza uma rede de servidores remotos alojada na internet para armazenar, gerir e processar dados em vez de utilizar um servidor local ou um computador pessoal.

iniciado. Quando se termina, é apenas necessário efetuar o QA (*Quality Assessment*)<sup>10</sup> e a verificação ortográfica. Depois, antes da submissão de um ficheiro, é escolhida a opção de revisão nas propriedades de modo a reencaminhar o ficheiro de imediato para o revisor.

#### 1.4.2.XTM Cloud

O XTM Cloud (mais informações em <https://xtm.cloud/>) é um sistema de gestão de tradução. Uma funcionalidade deste sistema é o QA e a avaliação da qualidade da tradução com resultados guardados no projeto e nos registos do utilizador. Outras funcionalidades são ferramentas de gestão de projetos e subcontratação. Estas ferramentas de gestão de projetos incluem *dashboards*<sup>11</sup>, relatórios, datas de entrega, notificações de e-mail e filtros dos projetos. A subcontratação inclui a relação com fornecedores de tradução, cartões de tarifas, estimativas de custos e notas de encomenda. Para aceder ao XTM Cloud, é necessário iniciar sessão na *cloud* introduzindo as credenciais. Ao fazê-lo, tem-se acesso à página inicial na qual se podem ver os projetos em curso e o seu estado. Depois, seleciona-se o nome do projeto, segundo as indicações do portal Plunet.

Este sistema de gestão é utilizado, em grande parte, nos serviços de localização associados à área de turismo. As empresas enviam instruções sobre os procedimentos que os tradutores devem seguir, nomeadamente o modo como os segmentos devem ser filtrados. Em primeiro lugar, é importante referir que estes projetos incluem frequentemente segmentos bloqueados. Estes segmentos estão bloqueados, porque já foram traduzidos ou editados antes e o tradutor apenas pode trabalhar nos segmentos vazios. Por isso, a filtragem dos segmentos tem uma utilidade ainda maior. Segundo as instruções fornecidas, devem ser filtrados não só os segmentos com estado laranja e vermelho como também os segmentos repetidos de modo a evitar inconsistências na versão final. Os segmentos com estado laranja correspondem a segmentos 100% que são traduzidos automaticamente devido a correspondência e têm de ser aprovados pelo tradutor para o segmento adquirir a cor verde. Os segmentos com estado vermelho

---

<sup>10</sup> Segundo o Term Studio, QA faz referência a meios planeados e sistemáticos Trata-se do sistema que avalia o desempenho na entrega dos serviços ou qualidade dos produtos fornecidos aos consumidores.

<sup>11</sup> Segundo o Term Studio, um *dashboard* é uma parte da interface de utilizador que organiza e apresenta informações de modo a proporcionar uma leitura fácil. Os *dashboards* apresentam medidores simulados e botões que se assemelham ao *dashboard* de um automóvel.

correspondem aos segmentos vazios que precisam de ser totalmente traduzidos. De seguida, deve eliminar-se a filtragem das repetições e prosseguir. Existem filtragens, nomeadamente a dos segmentos de MT, utilizadas para outros fins. Num caso específico, os PM pediram aos tradutores que registassem o tempo que demoravam a alterar esses segmentos, porque os tradutores queixavam-se da qualidade da MT. O facto de a qualidade ser reduzida leva os tradutores a exigirem um valor mais elevado no pagamento, daí a necessidade de demonstrar que o processo de localização é mais demorado. Quando este processo é finalizado, os PM pedem a criação e transferência do ficheiro correspondente ao texto de chegada no formato xiff, através do qual possam comparar a primeira versão com a versão final, após revisão. Os PM encarregam-se de enviar um ficheiro Excel com as alterações, de modo a que a tradutora estagiária possa verificar os erros ou as construções frásicas preferenciais. Após a criação do ficheiro xiff, a tarefa é concluída através da função “Finish task”.

#### 1.4.3. memoQ

O memoQ é um software de tradução assistida por computador que funciona nos sistemas operativos da Microsoft Windows. O memoQ foi o primeiro produto criado pela empresa memoQ Translation Techniques. Esta empresa foi fundada na Hungria por três tecnólogos da linguagem: Balázs Kis, István Lengyel e Gábor Ugray. O memoQ tem funcionalidades como suporte de diversos formatos de ficheiros, monitorização de projetos, memórias de tradução e *LiveDocs*<sup>12</sup> (mais informações em <https://www.memoq.com/en/>). Este software é utilizado na tradução de textos das áreas de publicidade e marketing de menor dimensão. Para ter acesso aos textos, é necessário iniciar sessão numa das duas contas fornecidas pela empresa. Ao iniciar sessão, é concedido acesso às diferentes tarefas ativas e ao estado das mesmas na página inicial “My tasks”. O processo de tradução neste tipo de textos é bastante mais simples em comparação com o processo utilizado noutras ferramentas ou *software* de tradução. Para abrir o projeto, apenas tem de se clicar no mesmo. Quando é aberto, além da MT, o utilizador obtém acesso a uma funcionalidade chamada “Concordance Search” através da qual se pode verificar em que contextos ocorreu um termo ou uma expressão seleccionada.

---

<sup>12</sup> O LiveDocs é um módulo no memoQ que torna possível aproveitar material traduzido anteriormente e ficheiros de referência.



Quando se termina a tradução, só tem de se encerrar o painel de tradução e verificar se na página inicial o processo de tradução está registado com um 100%, ou seja, no modo concluído.

#### 1.4.4.SDL Trados Studio

O SDL Trados Studio (mais informações em <https://www.sdl.com/software-and-services/translation-software/sdl-trados-studio/>) é outro *software* de tradução que a Upwords utiliza nas traduções das áreas de publicidade e marketing fundado em 1984 por Jochen Hummel e Iko Knyphausen. O SDL Trados Studio tem várias ferramentas e aplicações: SDL Trados Studio, SDL MultiTerm, SDL Language Cloud e SDL AppStore. O SDL Trados Studio é a aplicação principal que fornece um ambiente completo para editar ou rever traduções, gerir projetos de tradução, organizar terminologia e associar TA. O SDL MultiTerm é uma ferramenta de gestão de terminologia integrada com o SDL Trados Studio. O SDL Language Cloud fornece um acesso seguro a mecanismos de TA. O SDL AppStore é uma aplicação num mercado *online* que oferece apps que ajudam em vários processos de tradução (suporte para mais formatos de ficheiros ou automatização de tarefas). Tal como no memoQ, a maior parte dos projetos atribuídos é de menor dimensão. Após a obtenção do número do projeto e do acesso à pasta com o ficheiro zip, é necessário extrair os ficheiros e criar um pacote de modo a transferir o ficheiro para o *software* e efetuar a tradução. O acesso à MT torna-se bastante útil na determinação dos termos corretos a utilizar. Quando se termina a tradução, efetua-se o QA e a verificação ortográfica e depois cria-se um pacote de devolução, o qual vai ser inserido na subpasta destinada à tradução.

#### 1.4.5. memsource

O memsource é um ambiente de tradução baseado na *cloud* (fundado por David Canek, o seu atual presidente executivo, em 2010, mais informações em <https://www.memsource.com/> ) utilizado em serviços de tradução especializada em diversas áreas tais como localização de *software* e publicidade/marketing. O memsource permite a tradução para mais de 400 idiomas e locais no *software* e tem todas as funcionalidades normais de uma ferramenta CAT: TA, TB (*Term Base*) e gestão terminológica. Além disso, o memsource suporta mais de 50 formatos de ficheiros. O modo como se procede para efetuar o serviço varia consoante a área de especialização.



Antes de iniciar a análise do modo de trabalho do memsource, é importante fazer referência ao Oddjob, porque os projetos de pós-edição associados à localização de *software* são abertos através desta plataforma. O Oddjob é uma plataforma do cliente utilizada para fazer a gestão dos ficheiros na *cloud*. O cliente utiliza o Oddjob como se fosse uma pasta na qual se reúnem as informações sobre os ficheiros, tais como o número de palavras, o prazo e o projeto. Além disso, tal como acontece na maior parte dos *softwares* utilizados na área de tradução, os ficheiros podem ser filtrados e, por isso, são agrupados como uma grande e abrangente base de dados.

Assim que os ficheiros existentes são selecionados, o próximo passo é extrair os mesmos para os abrir no memsource. A filtração dos segmentos é uma funcionalidade a ser aplicada apenas em tarefas de grande dimensão. Após o QA e a verificação ortográfica, os ficheiros têm de ser guardados e marcados como completos na página dos recursos *cloud*. É importante referir que no memsource existem alguns segmentos 101%, nos quais os tradutores não devem tocar sendo o revisor a assumir a responsabilidade. Esses mesmos segmentos podem conter erros detetados no QA ou na verificação ortográfica. No entanto, quando se traduzem projetos da área de publicidade e marketing, o processo é diferente. Após a atribuição do projeto, tem de se procurar a pasta com o número indicado no mesmo e extrair os ficheiros do ficheiro zip. Desses ficheiros fazem parte, regra geral, um ficheiro Word que contém instruções acerca do projeto, nomeadamente a existência de limites de caracteres em alguns segmentos, e o editor do memsource com todos os segmentos. Assim que o ficheiro abre, a primeira coisa a fazer é escolher a operação “guardar como” na pasta TRA (correspondente a tradução), fechar o ficheiro, aceder a essa pasta e clicar novamente no ficheiro. Desse modo, o revisor pode comparar a versão do tradutor e a versão inicial para identificar mais facilmente as alterações efetuadas. Quando se termina a tradução, guarda-se o ficheiro e carrega-se o mesmo no servidor antes de fechar o editor de segmentos.

Neste primeiro capítulo, foi possível identificar as principais características da Upwords. Foram destacadas as funções de todos os elementos da empresa, tendo sido evidenciado o papel importante desempenhado pela tradutora estagiária. Os tipos de textos e programas foram também descritos detalhadamente. Através desta descrição, foram analisadas as principais diferenças entre os serviços de tradução especializada associados a cada um destes tipos de textos assim como os procedimentos a seguir na utilização das ferramentas de tradução.

## Capítulo 2- Comunicação a nível interno na instituição de acolhimento

Neste segundo capítulo, são abordados diversos conceitos relacionados com comunicação assim como o modelo de cinco níveis de comunicação de Harold Lasswell. Após este enquadramento teórico, o modelo de comunicação abordado é utilizado como base de análise das cadeias de comunicação existentes na instituição de acolhimento. As mesmas são descritas detalhadamente.

A comunicação desempenha um papel predominante numa empresa de tradução. Neste sentido, uma comunicação eficaz é essencial para o crescimento e prosperidade de uma empresa sendo preponderante descrever o modo como se processa a gestão da comunicação em grande e pequena dimensão.

### 2.1. Enquadramento teórico

**communication**, *n.* The imparting or exchanging of information by speaking, writing, or using some other medium. ...The successful conveying or sharing of ideas and feelings.

Oxford English Dictionary

Imagem 2. Definição de comunicação apresentada pelo *Oxford English Dictionary*

Inicia-se este subcapítulo com a definição de comunicação do *Oxford English Dictionary*. Também Joaquim Martins Lampreia, consultor de comunicação, define comunicação da seguinte forma: “processo de transmitir uma informação de um indivíduo para outro e conseguir que ambos se compreendam” (1998:13). Entende-se, por isso, que o fator mais importante na comunicação é conseguir transmitir corretamente uma mensagem.

A comunicação divide-se em comunicação verbal e comunicação não verbal. A comunicação verbal é definida como “conveyed through the use of words” (Himstreet e Baty 1987: 9). Segundo Himstreet e Baty, uma definição de verbal no dicionário normalmente é iniciada com a expressão “by means of words” ou “through the use of words”. No sentido mais amplo, ambos determinam que o termo “verbal” faz referência

a palavras escritas e orais. Adotam o termo “verbal” como “through the use of words either spoken or written” e referem que termos como oral e escrito vão ser utilizados para identificar a comunicação através do discurso e tarefas escritas, respetivamente (1987:16). Através desta definição, é possível concluir que existem dois tipos de comunicação verbal: comunicação escrita e comunicação oral. A comunicação verbal ocorre, por exemplo, em conversas cara a cara, debates em grupo, aconselhamentos, entrevistas, rádio, televisão, chamadas, relatórios e e-mails.

No que concerne a comunicação não verbal, Himstreet e Bay apresentam a seguinte definição:

Nonverbal communication includes any communication occurring without the use of words. Gestures, body motions, clothing, grooming, uniforms, aromas, facial expressions, and hundreds of other possible factors bring messages to people from all angles and at any time (1987: 17).

Considera-se por isso que, ao contrário do que acontece com a comunicação verbal, a comunicação não verbal é frequentemente não intencional. Ou seja, é normal as pessoas não terem consciência da mesma.

A análise do funcionamento da empresa de tradução Upwords concentra-se nas diferentes cadeias de comunicação existentes. Nesse sentido, é importante definir o que se entende por uma cadeia de comunicação. Segundo o *Cambridge Dictionary*, uma cadeia é um conjunto de aspetos relacionados ou associados<sup>13</sup>. Tendo esta definição como ponto de partida, conclui-se que uma cadeia de comunicação faz referência a todos os intervenientes na empresa focando-se no modo como se transmite uma mensagem e o que motivou o envio da mesma.

No que concerne a análise das cadeias de comunicação da empresa, o modelo de comunicação verbal de Harold Lasswell, teórico de comunicação, revela-se predominante. Este modelo foi desenvolvido em 1948 quando Lasswell era professor na Yale Law School. Segundo Lasswell, existem cinco níveis de comunicação. Lasswell identificou estes níveis através da sua experiência na segunda guerra mundial e introduziu

---

<sup>13</sup> *Cambridge Dictionary*. (2019). Cambridge University Press.  
Consultar <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/chain>

um modelo importante através dos mesmos. Este modelo organiza o “estudo científico do processo de comunicação” (1948: 216).

Estes níveis consistem em: quem (who) — a origem, o que se diz (says what) — a mensagem, o canal (in which channel) — qual o canal ou meio, para quem (to whom) — o destinatário, qual o propósito (to what effect) — o propósito pretendido. Lasswell considera que uma forma conveniente de descrever um ato de comunicação é responder a estas questões (1948:216).

O estudo científico do processo de comunicação tende a focar-se num destes aspetos. Os académicos que estudam o “who”, ou seja, o comunicador que formula a mensagem, observam os fatores que iniciam e guiam o ato de comunicação. Esta subdivisão do campo de investigação denomina-se análise de controlo (“control analysis”). Os especialistas que se concentram na mensagem (“says what”) investigam a análise de conteúdo (“content analysis”). Aqueles que estudam os canais de comunicação como, por exemplo, rádio, imprensa e filme estão a fazer uma análise dos meios de comunicação (“media analysis”). Quando a principal preocupação se relaciona com a pessoa que se pretende alcançar, trata-se de uma análise do público (“audience analysis”). Por fim, se o estudo incidir no impacto da mensagem, o problema é a análise do efeito (“effect analysis”) (Lasswell 1948:216).

É significativo referir que os elementos presentes neste mesmo modelo continuam a ser utilizados em modelos mais modernos, por isso este modelo pode ser considerado um modelo revolucionário. Em inglês, este modelo é atualmente conhecido como os cinco Ws. Esta denominação deve-se ao facto de o modelo se ter desenvolvido e ter adquirido um importante estatuto na gestão de empresas. Ter em conta os cinco Ws é essencial para uma comunicação empresarial eficaz.

Retenham-se as palavras de Cees Van Riel e Charles Fombrum sobre comunicação empresarial:

We define corporate communication as the set of activities involved in managing and orchestrating all internal and external communications aimed at creating favorable starting points with stakeholders on which the company depends. (2010:25)

Nas seguintes secções, é precisamente este conjunto de atividades que vai ser analisado assim como a importância da cooperação entre todos os elementos da empresa.

## 2.2. Cadeias de comunicação a nível interno

O *Business Dictionary* define comunicação interna como: “the sharing of information within an organization for business purposes”.<sup>14</sup> No contexto da Upwords, a comunicação interna diz respeito aos membros que, normalmente, desenvolvem grande parte das suas funções no espaço físico da empresa e têm um contrato de trabalho com a mesma. Um dos grupos mais significativos e desafiantes na gestão de comunicação consiste nos funcionários de uma organização (Nick Durutta 2006:28). A comunicação interna insere-se nos dois tipos de comunicação verbal: comunicação oral e comunicação escrita. Este tipo de comunicação rege-se por hierarquias que envolvem o diretor-geral, o *Vendor Manager*, a *Business Development Manager*, a assistente administrativa, os PM e a tradutora *in-house*.

No contexto do funcionamento diário da empresa, a comunicação oral ocorre durante situações de urgência nas quais seja necessária uma resolução imediata, nomeadamente para fornecer explicações mais detalhadas relativas aos projetos. A comunicação escrita acontece devido à necessidade de obter informações e estabelecer acordos dentro de um curto período de tempo. Os meios de comunicação escrita utilizados são, maioritariamente, o Skype e o e-mail. Todos os elementos da empresa têm uma conta de e-mail profissional associada a uma conta do Skype.

A comunicação via Skype pode ser considerada uma comunicação oral via a realização de videochamadas ou uma comunicação escrita via o envio de mensagens. A utilização do Skype como meio de comunicação é associada a uma conversa mais informal. Trata-se de um meio de distribuição de tarefas e esclarecimento de dúvidas relativas ao funcionamento das ferramentas de tradução. O Skype é, por isso, um frequente meio de comunicação escrita entre os membros internos da empresa. Ao contrário do que ocorre com o Skype, a conversa via e-mail é mais formal. O e-mail é um meio de comunicação escrita essencial entre os membros internos da empresa, nomeadamente para envio de mensagens coletivas que exigem uma opinião individual de cada membro.

---

<sup>14</sup> *Business Dictionary*. (2019) WebFinance, Inc.

Consultar <http://www.businessdictionary.com/definition/internal-communication.html>

### 2.2.1. O diretor-geral

No topo da hierarquia encontra-se o diretor-geral. São estabelecidas seis análises a nível da comunicação entre o diretor-geral e os restantes elementos internos da empresa.

Em primeiro lugar, existe a comunicação entre o diretor-geral (a origem) e o *Vendor Manager* (o destinatário). O *Vendor Manager* é um elemento fundamental no processo de crescimento da empresa, visto que a sua principal função é contratar novos tradutores. Para tal, o *Vendor Manager* utiliza dois métodos diferentes. O primeiro método corresponde a pesquisas em sites *online* nos quais tenciona encontrar tradutores qualificados. O segundo método consiste numa avaliação dos tradutores quando o primeiro contacto deriva da iniciativa dos mesmos. O diretor-geral contacta o *Vendor Manager* inquirindo-o acerca de possíveis avanços na contratação de novos tradutores (a mensagem) com a intenção de obter informações acerca das principais características desses mesmos tradutores (o propósito). Esta comunicação ocorre maioritariamente a nível escrito através da troca de e-mails (o meio). A comunicação pode ocorrer a nível oral cara a cara quando o *Vendor Manager* visita ocasionalmente a empresa. A comunicação oral também pode ocorrer via chamada telefónica (o meio) quando o diretor-geral solicita ao *Vendor Manager* que efetue pesquisas (a mensagem) tendo em conta uma necessidade urgente de encontrar tradutores qualificados de um par de línguas específico (o propósito). Existem ocasiões nas quais os elementos presentes neste modelo de comunicação são invertidos, ou seja, tendo o *Vendor Manager* como a origem e o diretor-geral como o destinatário. Nestas ocasiões, o *Vendor Manager* estabelece contacto com o diretor-geral via e-mail (o meio) informando-o de que encontrou um possível novo recurso (a mensagem) e pede ao diretor-geral que visite e analise o perfil desse mesmo recurso (o propósito). De seguida, o diretor-geral pode ou não solicitar mais informações ao *Vendor Manager* acerca do recurso. Caso tal situação não se verifique, o diretor-geral ativa o perfil do recurso e o procedimento é concluído.

Processa-se, de igual modo, comunicação entre o diretor-geral (a origem) e a *Business Development Manager* (a destinatária). A *Business Development Manager* é responsável pela pesquisa, contacto e angariação de novos clientes e gestão dos clientes já existentes. Além destas funções, a *Business Development Manager* elabora orçamentos, faz um acompanhamento dos mesmos e gere contactos e atividades comerciais através de uma presença assídua em congressos e feiras. O diretor-geral comunica frequentemente por escrito com a *Business Development Manager* via Skype

(o meio) questionando-a acerca da sua pesquisa (a mensagem). O diretor-geral pretende ser informado acerca de desenvolvimentos nos contactos com possíveis novos clientes (o propósito). Os elementos do modelo de comunicação são invertidos quando a *Business Development Manager* (a origem) responde ao diretor-geral (o destinatário) utilizando o meio anterior para o informar acerca de novos contactos estabelecidos (a mensagem). A *Business Development Manager* tem como objetivo debater questões estratégicas da área comercial e impulsionar o crescimento da empresa (o propósito).

A comunicação entre o diretor-geral (a origem) e a assistente administrativa (a destinatária) é bastante significativa para o bom funcionamento da empresa. A assistente administrativa encarrega-se da faturação dos projetos efetuados. Além disso, a assistente administrativa é também responsável pela verificação das faturas recebidas pelos tradutores e pela verificação dos pagamentos efetuados pelos clientes. O diretor-geral contacta a assistente administrativa pedindo-lhe que atualize os pagamentos em falta ou verifique o procedimento de um cliente (a mensagem) com o intuito de evitar inconsistências e falhas de faturação (o propósito). Este tipo de comunicação ocorre frequentemente cara a cara (o meio), porque grande parte das questões de faturação devem ser tratadas com urgência. O diretor-geral solicita que a assistente administrativa confira o procedimento de um cliente, porque normalmente cada cliente tem um procedimento específico. A assistente administrativa tem a função de verificar se os projetos indicados no portal Plunet estão de acordo com esse mesmo procedimento. Quando o cliente não tem um procedimento específico, a assistente administrativa deve certificar-se de que os valores respeitam o orçamento enviado. Os orçamentos são disponibilizados pela *Business Development Manager* e pelos PM.

O diretor-geral (a origem) e os PM (os destinatários) debatem diversos aspetos relacionados com os projetos. Os PM recebem diariamente os pedidos dos clientes. Têm o dever de analisar as características do projeto tais como o número de palavras, o prazo, os idiomas e a área de especialização. Assim que esta primeira fase é finalizada, os PM fazem a distribuição do projeto através da pesquisa de tradutores e revisores que se enquadram no perfil adequado para esse projeto específico. O diretor-geral comunica por escrito com os PM via Skype (o meio) inquirindo-os acerca do estado dos projetos (a mensagem). O diretor-geral fá-lo com a intenção de se certificar de que os procedimentos do projeto estão a ser cumpridos com sucesso e de que os clientes estão satisfeitos com a prestação dos serviços (o propósito). Quando os elementos deste modelo são invertidos,

são os PM (a origem) que contactam o diretor-geral (o destinatário). Trata-se de uma comunicação oral cara a cara (o meio) sendo que os PM questionam o diretor-geral acerca do procedimento que devem seguir quando existem pedidos específicos dos clientes (a mensagem). Desse modo, os PM e os clientes podem chegar a um consenso que beneficie ambas as partes (o propósito). Estes pedidos podem ser algo desconcertantes, especialmente se estão relacionados com a dimensão do projeto, os prazos ou pagamentos. Nesses casos, os PM contactam o diretor-geral, porque consideram que devem abordar aspetos importantes relacionados com os projetos diretamente com a autoridade máxima na empresa. Os PM também podem estabelecer uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando o diretor-geral de que existem problemas de acesso ao portal Plunet (a mensagem). Os problemas de acesso podem dificultar a distribuição de projetos por parte dos PM, por isso os PM tentam obter soluções que lhes forneçam esse mesmo acesso (o propósito). Este tipo de comunicação é normalmente utilizado quando o diretor-geral não está presente ou se ausenta temporariamente da empresa.

A comunicação entre o diretor-geral (a origem) e a assistente de marketing (a destinatária) assume um papel fulcral no desenvolvimento da empresa. O diretor geral comunica por escrito com a assistente de marketing via Skype (o meio) questionando-a acerca do ponto em que se encontra a renovação do site ou inquirindo-a relativamente aos aspetos abordados nas atualizações das plataformas de redes sociais (a mensagem). O diretor-geral pretende obter informações relativas às perspetivas de marketing que estão a ser colocadas em prática atualmente (o propósito). Os elementos do modelo também são invertidos em algumas ocasiões. A assistente de marketing contacta o diretor-geral através de uma comunicação oral cara a cara (o meio) informando-o da existência de uma nova iniciativa de marketing (a mensagem) que deseja ver aprovada (o propósito). A assistente de marketing pode estabelecer novo contacto questionando o diretor-geral acerca do impacto e da pertinência de uma determinada publicação (a mensagem). Este tipo de comunicação é estabelecido com o objetivo de melhorar a gestão das plataformas das redes sociais e angariar novos clientes (o propósito).

Por fim, analisa-se a comunicação entre o diretor-geral (a origem) e a tradutora *in-house*/a tradutora estagiária (as destinatárias). O diretor-geral contacta as tradutoras através de uma comunicação oral cara a cara (o meio) questionando-as acerca de questões administrativas, tais como o funcionamento do portal Plunet e das ferramentas de tradução (a mensagem). O diretor-geral pretende obter informações acerca de possíveis



falhas no funcionamento de elementos essenciais da empresa (o propósito). O diretor-geral pode também estabelecer contacto com as tradutoras utilizando o mesmo meio para lhes comunicar a existência de um novo projeto (a mensagem). O diretor-geral deseja saber se as tradutoras estão disponíveis e se o projeto pode ser atribuído a alguma delas (o propósito). Este tipo de comunicação raramente é estabelecido, porque são os PM que normalmente se encarregam de distribuir todos os projetos. Quando surgem projetos cujos prazos são demasiado apertados, é necessário distribuir os mesmos por vários tradutores. Devido a um menor número de recursos, o diretor-geral pode intervir e dar prioridade aos elementos internos da empresa.

### 2.2.2. *O Vendor Manager*

A comunicação entre o *Vendor Manager* (a origem) e os PM (os destinatários) caracteriza-se por ser essencial ao bom funcionamento da empresa. O *Vendor Manager* contacta os PM através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-os da existência de novos recursos (a mensagem). O *Vendor Manager* pretende atender às necessidades dos PM durante a distribuição de projetos (o propósito). Por vezes, os elementos do modelo de comunicação são invertidos. Os PM (as origens) comunicam por escrito com o *Vendor Manager* (o destinatário) via e-mail (o meio) informando-o da necessidade de recrutamento de recursos específicos ou questionando-o acerca de aspetos relacionados com o portal Plunet (a mensagem). Os PM pretendem obter tanto recursos como informações que possibilitem um bom funcionamento da empresa (o propósito).

Por vezes, o *Vendor Manager* (a origem) e a tradutora *in-house*/a tradutora estagiária (as destinatárias) entram em contacto. O *Vendor Manager* comunica por escrito com as tradutoras via e-mail (o meio) informando-as acerca de funcionalidades do portal Plunet que requerem uma tradução em português de Portugal (a mensagem). O *Vendor Manager* pretende obter a colaboração da tradutora *in-house*/da tradutora estagiária (o propósito). O *Vendor Manager* sugere que a tradutora estagiária se encarregue da tradução e que a tradutora *in-house* se encarregue da revisão. A tradutora *in-house*, tendo já alguns anos de experiência no ramo da tradução, pode assumir também as funções de revisora.

### 2.2.3. A *Business Development Manager*

A *Business Development Manager* (a origem) e a assistente administrativa (a destinatária) comunicam com relativa frequência. A *Business Development Manager* contacta a assistente administrativa através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) fornecendo-lhe dados pessoais acerca dos clientes, nomeadamente o número de contribuinte dos mesmos (a mensagem). A *Business Development Manager* pretende fornecer todos os dados necessários para uma emissão correta das faturas (o propósito). Os elementos do modelo de comunicação são invertidos quando a assistente administrativa precisa urgentemente destas informações. Nesses casos, a assistente administrativa (a origem) estabelece contacto com a *Business Development Manager* (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-a da necessidade de obter as informações pessoais dos clientes com urgência (a mensagem). A assistente administrativa expressa o desejo de emitir as faturas o mais rapidamente possível (o propósito).

A comunicação entre a *Business Development Manager* (a origem) e os PM (os destinatários) processa-se regularmente. A *Business Development Manager* contacta os PM através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) dando-lhes informações acerca dos novos clientes (a mensagem). A *Business Development Manager* deseja impulsionar o crescimento da empresa através da angariação de novos clientes (o propósito). De seguida, os elementos do modelo de comunicação são invertidos. Os PM (a origem) podem comunicar por escrito com a *Business Development Manager* (a destinatária) via Skype (o meio) requisitando informações mais detalhadas acerca de determinados clientes (a mensagem). Os PM pretendem identificar os melhores métodos de comunicação com os clientes (o propósito). Por vezes, a *Business Development Manager* pode ainda contactar os PM através de uma comunicação oral via chamada telefónica (o meio). A *Business Development Manager* fornece informações acerca de um possível novo cliente (a mensagem) com o intuito de obter a perspetiva dos PM acerca de novos projetos (o propósito). Este tipo de comunicação ocorre quando a *Business Development Manager* considera essencial que os PM acompanhem mais de perto os projetos de clientes novos, visto que os PM ainda não estão familiarizados com os métodos de trabalho desses mesmos clientes.

A *Business Development Manager* e a assistente de marketing comunicam recorrentemente, porque partilham os mesmos interesses no que concerne a evolução da

empresa. A *Business Development Manager* (a origem) contacta a assistente de marketing (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) inquirindo-a acerca de questões estratégicas da área comercial (a mensagem). A *Business Development Manager* deseja debater diversas estratégias de marketing, nomeadamente a nível da comunicação durante as presenças em eventos (o propósito). Por vezes, os elementos do modelo de comunicação são invertidos. A assistente de marketing (a origem) comunica por escrito com a *Business Development Manager* (a destinatária) via Skype (o meio) informando-a da sua perspetiva no que concerne as estratégias de comunicação (a mensagem). A assistente de marketing tenciona estabelecer metodologias que sejam efetivas na angariação de novos clientes e impulsionem o crescimento da empresa (o propósito).

#### 2.2.4. Os PM

Em primeiro lugar, analisa-se a comunicação entre os PM (as origens) e a assistente administrativa (a destinatária). Os PM contactam a assistente administrativa através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) informando-a da existência de um novo cliente e fornecendo-lhe informações relativas aos procedimentos do cliente (a mensagem). Os PM pretendem ajudar a assistente administrativa na faturação adequada dos projetos (o propósito). Este tipo de comunicação é especialmente importante quando o procedimento do cliente não é um procedimento específico, porque os PM disponibilizam os orçamentos. A assistente administrativa (a origem) pode comunicar por escrito com os PM (os destinatários) via Skype (o meio) pedindo-lhes informações relativas aos procedimentos dos novos clientes (a mensagem). A assistente administrativa deseja ter à sua disposição todas as informações atualizadas dos clientes de modo a poder emitir as faturas corretamente (o propósito). A assistente administrativa pode igualmente contactar os PM através do meio anterior para os avisar de que os valores no portal Plunet não correspondem ao orçamento enviado (a mensagem). A assistente administrativa tenciona corrigir as inconsistências dos valores no portal Plunet de modo a uma vez mais, poder emitir as faturas corretamente (o propósito).

A comunicação entre os PM (as origens) e a tradutora *in-house*/tradutora estagiária (a destinatária) é bastante complexa e diversificada. Os PM contactam a tradutora através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-a da existência de um novo projeto (a mensagem). Os PM requerem informações acerca da

disponibilidade da mesma (o propósito). Os PM têm acesso a informações relativas aos projetos que a tradutora tem em curso quando acedem ao perfil da mesma no portal Plunet. No entanto, os PM consideram que devem sempre questionar a tradutora antes de entregarem oficialmente o projeto. O motivo para que tal aconteça deve-se ao facto de a tradutora poder estar a ser contactada por vários PM ao mesmo tempo. A tradutora (a origem) comunica por escrito com os PM (os destinatários) via Skype (o meio) questionando-os acerca do fluxo de tradução diário (a mensagem). A tradutora pretende ser notificada acerca de possíveis novos projetos (o propósito). Este tipo de comunicação ocorre quando a tradutora entregou todos os projetos que tinha em curso e se encontra disponível para aceitar novos projetos. Os PM dão prioridade à tradutora na distribuição de projetos, por isso a tradutora tem um papel preponderante na mesma.

Os PM (as origens) podem contactar a tradutora (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) pedindo-lhe que registe o tempo demorado na execução de determinada tradução (a mensagem). Os PM desejam chegar a um acordo relativamente ao pagamento dos projetos (o propósito). Este tipo de comunicação é estabelecido quando os PM consideram que o problema do projeto está subvalorizado e desejam ter uma justificação válida para apresentar aos clientes. A tradutora (a origem) comunica por escrito com os PM (os destinatários) via Skype (o meio) indicando o tempo que demorou a traduzir segmentos com MT (a mensagem). A tradutora pretende contribuir para um melhor entendimento entre os clientes e os PM (o propósito). Os PM (as origens) entram em contacto com a tradutora (a destinatária) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) enviando-lhe as alterações efetuadas pelo revisor (a mensagem). Os PM definem como prioridade melhorar a qualidade das traduções através da transmissão deste *feedback* (o propósito). Os elementos do modelo de comunicação são invertidos quando o revisor não justifica as alterações efetuadas. A tradutora (a origem) comunica por escrito com os PM (os destinatários) via Skype (o meio) informando-os de que não entende as razões que motivaram tais alterações (a mensagem). A tradutora tenciona obter *feedback* relativo às alterações efetuadas (o propósito). Por vezes, são os PM que têm a função de rever os projetos de tradução. Nesses casos, os PM (a origem) estabelecem contacto com a tradutora (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) questionando-a acerca das opções de tradução (a mensagem). Quando discordam, os PM exprimem o desejo de entender o que motivou a escolha da tradutora (o propósito). A tradutora estagiária considera este

tipo de comunicação extremamente útil. Esta perspetiva deve-se ao facto de os PM terem um papel fundamental na adaptação da tradutora estagiária e na aquisição da experiência de tradução da mesma através do fornecimento deste *feedback*. Os PM podem assumir tanto as funções dos revisores como as funções dos tradutores. Este paradigma ocorre quando os projetos em curso requerem uma certa urgência no que concerne a data de entrega e são de menor dimensão.

A comunicação oral cara a cara (o meio) entre os PM (as origens) e a tradutora (a destinatária) ocorre com relativa frequência. Após a chegada do projeto, os PM avisam a tradutora (a mensagem). Os PM pretendem fornecer informações acerca dos procedimentos a ter em conta durante o serviço de tradução especializada (o propósito). Estes procedimentos estão relacionados com o funcionamento dos *softwares* de tradução e normas enviadas pelos clientes. Este tipo de comunicação é frequente quando está a decorrer o processo de adaptação da tradutora estagiária. No entanto, também pode ocorrer regularmente face a outras circunstâncias. Tais circunstâncias podem dever-se a aspetos como limitações de carateres em alguns segmentos ou mudanças significativas no processo de atribuição dos projetos. A comunicação oral entre os PM e a tradutora assume uma grande importância no respeitante ao funcionamento da empresa, pois evita que sejam cometidos erros graves que comprometam o sucesso do projeto.

#### 2.2.5. Comunicação interna global

O diretor-geral (a origem) também contacta frequentemente os PM em conjunto (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio). O diretor-geral informa os PM de que vai convocar uma reunião (a mensagem) e pretende juntar todos os PM de modo a poder debater vários aspetos acerca do funcionamento da empresa (o propósito). Estes aspetos relacionam-se com o desempenho dos tradutores no respeitante à qualidade da tradução, o cumprimento de prazos e o relacionamento com os clientes. Durante as reuniões, o diretor-geral contacta os PM através de uma comunicação oral cara a cara (o meio). O diretor-geral questiona os PM acerca dos aspetos acima referidos e fornece-lhes informações sobre os novos clientes (a mensagem). O diretor-geral pretende impulsionar o crescimento da empresa através do debate destas questões (o propósito).

Por vezes, o diretor-geral (a origem) contacta todos os elementos internos da empresa (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio). O

diretor-geral dá indicações acerca de novos eventos ou apoios que visam impulsionar o crescimento da empresa (a mensagem). O diretor-geral pretende tomar decisões conjuntas e obter a colaboração dos funcionários (os propósitos). Estas decisões podem estar relacionadas com eventos em grupo ou com a presença de personalidades importantes na empresa.

Neste segundo capítulo, fez-se uma análise detalhada do processamento da comunicação a nível interno. Tendo em conta a descrição das diferentes cadeias de comunicação, é possível observar como todos os elementos internos estão associados e o modo como a ausência de comunicação pode comprometer o sucesso dos projetos. Por esse motivo, é fundamental que todos cumpram as suas funções da melhor forma e forneçam todas as informações necessárias com o principal objetivo de obter uma comunicação eficaz.

## Capítulo 3- Comunicação a nível externo na instituição de acolhimento

Neste terceiro capítulo, pretende-se fazer uma análise descritiva da comunicação a nível externo utilizando, uma vez mais, o modelo de Harold Lasswell. O capítulo inicia-se com uma definição de comunicação externa assim como uma breve comparação entre comunicação externa e interna. Tal como ocorre a nível interno, as diferentes cadeias de comunicação e os intervenientes nas mesmas são destacados. O objetivo é não só examinar detalhadamente as diferentes fases de cada uma destas cadeias como também identificar as principais diferenças entre a comunicação a nível interno e a nível externo.

### 3.1. Cadeias de comunicação a nível externo

Segundo Krizan, Merrier, Logan e Williams, “external communication flows between a business organization and the entities with which it interacts” (2008:9). No contexto da Upwords, a comunicação externa estabelece-se entre os elementos internos da empresa e os tradutores em regime *freelancer*, os clientes, os revisores, os moderadores linguísticos e o colaborador externo. A comunicação externa é mais complexa do que a comunicação interna. Tal situação deve-se ao facto de este tipo de comunicação envolver um maior número de pessoas. Por esse motivo, as cadeias de comunicação dividem-se em várias fases e diversos grupos. Estas cadeias de comunicação são estabelecidas a dois níveis: a nível da tradução e a nível do marketing. A nível da tradução, os PM estão envolvidos em quase todas as cadeias estabelecendo comunicação com os clientes, os tradutores em regime *freelancer*, os revisores e também os PM e os moderadores linguísticos. A nível do marketing, a comunicação processa-se entre a assistente de marketing e o consultor externo.

Tal como ocorre na comunicação interna, o Skype e o e-mail são frequentes meios de comunicação escrita. O e-mail é fundamental na comunicação escrita entre os clientes e os PM, devido à maior formalidade do nível de comunicação. O Skype é maioritariamente utilizado na comunicação escrita entre os PM e os tradutores em regime *freelancer* ou os revisores.

### 3.1.1. *Vendor Manager* e tradutores em regime *freelancer*

A comunicação entre o *Vendor Manager* (a origem) e os tradutores em regime *freelancer* (os destinatários) é a primeira a ser alvo de análise. O *Vendor Manager* contacta os mesmos via comentário em sites *online* nos quais estes têm os seus perfis (o meio) informando-os de que a empresa Upwords está a contratar novos recursos (a mensagem). O *Vendor Manager* pretende obter o maior número de recursos possível de modo a impulsionar o crescimento da empresa (o propósito). Este tipo de comunicação é unicamente estabelecido durante a fase inicial de recrutamento de novos tradutores. Após esta primeira fase, os elementos podem ser invertidos se os tradutores em regime *freelancer* forem recetivos em relação à proposta. Os tradutores em regime *freelancer* (as origens) entram em contacto com o *Vendor Manager* (o destinatário) via resposta ao comentário nos sites *online* (o meio) dizendo-lhe que estão interessados nessa oportunidade de trabalho (a mensagem). Os tradutores em regime *freelancer* tencionam fazer as respetivas avaliações de modo a serem aprovados como recursos na empresa (o propósito).

No entanto, a primeira interação entre o *Vendor Manager* e os tradutores em regime *freelancer* pode ocorrer de modo diferente. Por vezes, a necessidade de recrutamento envolve a colocação de anúncios de emprego *online*. Nesses casos, os tradutores (as origens) comunicam por escrito com o *Vendor Manager* (o destinatário) via e-mail (o meio) informando-o do interesse na proposta de emprego e enviando-lhe informações pessoais e cruciais nas quais se inclui o currículo (a mensagem). Os tradutores em regime *freelancer* pretendem que o *Vendor Manager* analise os seus perfis e os volte a contactar (o propósito). Em outros casos, os tradutores em regime *freelancer* contactam indiretamente o *Vendor Manager* quando submetem informações pessoais no site da empresa (o meio). Na secção Recrutamento, os tradutores em regime *freelancer* indicam dados como o nome, o e-mail, o telefone, a empresa (se aplicável), a combinação linguística e o país. Abaixo, existe uma ligação através da qual os tradutores em regime *freelancer* podem inserir um ficheiro, nomeadamente o currículo.

Quando existe um mútuo acordo entre o *Vendor Manager* e os tradutores em regime *freelancer*, estes são submetidos a uma avaliação. O *Vendor Manager* (a origem) contacta os tradutores em regime *freelancer* (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) enviando-lhes textos que devem traduzir (a mensagem). O *Vendor Manager* deseja ter um meio através do qual possa avaliar os



tradutores (o propósito). O processo de avaliação também envolve o diretor-geral e os PM. Tanto o diretor-geral como os PM analisam as competências de tradução do candidato.

Em caso de aprovação, o *Vendor Manager* comunica por escrito com os tradutores em regime *freelancer* via e-mail (o meio) pedindo-lhes que se inscrevam no sistema de gestão da empresa (a mensagem). O *Vendor Manager* pretende que os tradutores em regime *freelancer* insiram as suas informações pessoais de modo a poder comprovar que todos os dados são registados (o propósito). Após a inscrição, o *Vendor Manager* estabelece contacto com os tradutores em regime *freelancer* através do meio anterior informando-os da conclusão com êxito do processo de inscrição e requisitando, se necessário, informações adicionais aos tradutores (a mensagem). O *Vendor Manager* tem como principais objetivos obter a aprovação do diretor-geral acerca dos novos recursos e ativar os mesmos (os propósitos).

### 3.1.2. Clientes e PM (primeira fase)

O primeiro contacto entre os clientes (as origens) e os PM (os destinatários) ocorre através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) na qual os clientes informam os PM da existência de um novo projeto (a mensagem) com o intuito de lhes fornecer informações acerca do mesmo através da denominada PO (o propósito). Como referido anteriormente, na PO estão incluídos dados do contacto, o nome e o conceito do projeto de tradução, o prazo de entrega, o número de palavras, o preço e as condições de pagamento. Os elementos do modelo de comunicação são frequentemente invertidos quando existem aspetos acerca dos quais os PM e os clientes têm perspetivas diversas. Estas perspetivas estão normalmente relacionadas com prazos e preços. Nestas situações, os PM (as origens) contactam os clientes (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) informando-os da sua perspetiva em relação à PO (a mensagem). Os PM têm como principal objetivo demonstrar aos clientes os motivos pelos quais consideram essencial a modificação de certos aspetos da PO (o propósito). Este tipo de comunicação é normalmente suficiente para os clientes e os PM chegarem a um consenso relativamente à PO. No entanto, os clientes podem ainda utilizar outro meio de comunicação. Os clientes (as origens) podem estabelecer contacto com os PM (os destinatários) através de uma comunicação oral via chamada telefónica (o meio) informando-os de que desejam debater os aspetos da PO designados no e-mail (a

mensagem). Os clientes pretendem explicar a sua perspectiva acerca de diversos aspetos da PO com a intenção de estabelecer um acordo entre as duas partes (o propósito). Assim que esta primeira interação entre clientes e PM termina, os PM têm a função de encontrar um recurso adequado à realização do novo projeto de tradução especializada recebido.

### 3.1.3. PM e tradutores em regime *freelancer*

Os PM começam por aceder aos perfis dos tradutores (também denominados recursos) no portal Plunet. O recrutamento de recursos é extremamente importante, porque o aumento do número de recursos facilita o processo de distribuição dos projetos. No entanto, alguns pares de línguas não têm tanto impacto no mercado de tradução e os PM têm um menor número de recursos disponíveis. Por essa razão, o aumento de recursos deve ser acompanhado por um crescimento gradual da empresa. Quando existe um número abundante de recursos num determinado par de línguas, a experiência do tradutor pode ser um fator distintivo na decisão de contacto.

Quando encontram recursos considerados adequados para o projeto, os PM (as origens) contactam os tradutores em regime *freelancer* (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) dando-lhes indicações acerca de um novo projeto (a mensagem). Os PM pretendem obter informações acerca da disponibilidade dos tradutores (o propósito). Os PM consideram este tipo de comunicação escrita via Skype mais efetivo do que o mesmo tipo de comunicação escrita via e-mail. Esta perspectiva deve-se ao facto de os PM considerarem que as probabilidades de a intercomunicação ocorrer rapidamente são superiores via Skype.

Após este primeiro contacto, os elementos do modelo de comunicação são invertidos. Os tradutores em regime *freelancer* (as origens) respondem aos PM (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio). Caso estejam disponíveis, os tradutores confirmam a sua disponibilidade e questionam os PM acerca das condições do projeto (a mensagem). Os tradutores pretendem obter informações mais detalhadas acerca do projeto (através do envio da PO) de modo a poderem gerir o tempo disponível para se dedicarem ao mesmo (o propósito). Caso não estejam disponíveis, os tradutores apresentam uma justificação viável e agradecem o contacto dos PM (a mensagem). Apesar da indisponibilidade, os tradutores tencionam ser contactados para futuros projetos (o propósito). Após a confirmação, os PM (as origens) comunicam por

escrito com os tradutores em regime *freelancer* (os destinatários) via e-mail (o meio) agradecendo a disponibilidade e enviando o projeto (a mensagem). Os PM tencionam fornecer aos tradutores todos os materiais necessários para que estes possam começar a trabalhar no projeto o mais rapidamente possível (o propósito). Os PM atribuem um número e associam um recurso ao projeto no portal Plunet, momento no qual os tradutores recebem um e-mail com a confirmação da atribuição do projeto e uma ligação para acederem aos ficheiros e dados do mesmo.

Antes do serviço de tradução especializada ser iniciado, os tradutores em regime *freelancer* (as origens) podem contactar novamente os PM (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio). Os tradutores informam os PM de que pretendem debater alguns aspetos da PO, nomeadamente os prazos e preços (a mensagem), tendo como principal objetivo a valorização do seu trabalho (o propósito). Os tradutores podem considerar que a natureza técnica de um projeto é significativa na determinação de um pagamento mais elevado ou podem tentar alargar o prazo de entrega devido ao número elevado de palavras. De seguida, os PM (as origens) respondem aos tradutores em regime *freelancer* (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) apresentando a sua perspetiva acerca dos aspetos designados na PO (a mensagem). Os PM pretendem chegar a um consenso que beneficie ambas as partes (o propósito). Quando se estabelece um acordo, inicia-se o serviço de tradução especializada.

Durante o serviço de tradução especializada, os tradutores em regime *freelancer* (as origens) podem entrar em contacto com os PM (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-os acerca de alguma dúvida ou problema técnico (a mensagem). Os tradutores pretendem ter as melhores condições de trabalho possíveis (o propósito). Quando se trata de uma dúvida linguística ou contextual, os PM (as origens) comunicam por escrito com os tradutores em regime *freelancer* (os destinatários) via e-mail (o meio). Os mesmos enviam aos tradutores um esclarecimento redigido pelo cliente (a mensagem) com o intuito de fornecerem serviços de tradução de qualidade (o propósito). Quando se trata de um problema técnico, os PM contactam os tradutores em regime *freelancer* através de uma comunicação escrita via Skype (o meio). Os mesmos apresentam possíveis soluções (a mensagem) com o intuito de resolver os problemas dos tradutores (o propósito). Se o problema técnico for considerado grave, os PM sugerem a utilização do Team Viewer. O Team Viewer é um pacote de *software*

proprietário cujas funcionalidades consistem no acesso remoto, na partilha da área de trabalho, conferência *online* e transferência de arquivos entre computadores. Através da utilização deste pacote de *software*, os PM têm a capacidade de controlar o monitor dos tradutores, podendo averiguar facilmente a causa do problema. Esta ferramenta é um recurso de última instância, utilizado unicamente quando os PM se deparam com um problema técnico raro.

Assim que o serviço de tradução especializada termina, os tradutores em regime *freelancer* (as origens) contactam os PM (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-os da conclusão do projeto (a mensagem). Os tradutores realizam a entrega dos projetos no portal Plunet e os PM recebem um e-mail de confirmação assim que o procedimento é concluído com êxito. Este tipo de comunicação ocorre apenas quando os tradutores em regime *freelancer* consideram que, tendo em conta o elevado fluxo de tradução, é essencial confirmar o término do projeto (o propósito).

#### 3.1.4. PM e clientes (fase intermédia)

Durante o serviço de tradução especializada, os PM (as origens) podem ter a necessidade de estabelecer contacto com os clientes (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio). Os PM informam os clientes das dúvidas enumeradas pelos tradutores (a mensagem) e desejam obter um esclarecimento da parte dos clientes (o propósito). De seguida, os elementos do modelo de comunicação são invertidos. Os clientes (as origens) comunicam por escrito com os PM (os destinatários) via e-mail (o meio) enviando-lhes um esclarecimento de dúvidas (a mensagem). Este esclarecimento pode ser dado de duas formas: através de um sistema de perguntas e respostas no qual dão indicações ao tradutor acerca do que devem fazer quando encontram erros no texto de partida (relacionados com ortografia ou construção frásica) ou de um comunicado no qual estão presentes termos técnicos, o seu significado e instruções acerca do procedimento mais correto na tradução dos mesmos. Os clientes pretendem fornecer instruções claras que ajudem os tradutores o máximo possível (o propósito).

### 3.1.5. PM e revisores

Em primeiro lugar, os PM analisam os recursos disponíveis no portal Plunet com a intenção de encontrar um recurso viável que se encarregue da revisão de determinado projeto. A nível externo, são os tradutores em regime *freelancer* que frequentemente assumem a função de revisores devido ao facto de já terem bastantes anos de experiência. Nesse sentido, são requisitados tanto para trabalhos de tradução como de revisão.

Existem vários aspetos semelhantes quando se compara a comunicação entre os PM e os tradutores em regime *freelancer* e a comunicação entre os PM e os revisores. A primeira fase desta comunicação é estabelecida quando os PM (as origens) contactam os revisores (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-os da existência de um novo projeto de tradução (a mensagem). Os PM pretendem obter informações acerca da disponibilidade dos revisores (o propósito). Este tipo de comunicação ocorre imediatamente após a receção da PO, sendo os revisores e os tradutores contactados simultaneamente. Esta comunicação simultânea deve-se ao facto de os PM designarem um tradutor e um revisor no momento da atribuição do projeto no portal Plunet. Assim que os tradutores entregam o projeto no portal, os revisores são notificados via e-mail. Após a receção desta notificação, o processo de revisão pode ser iniciado a qualquer momento.

De seguida, os elementos do modelo de comunicação são invertidos. Caso estejam disponíveis, os revisores (as origens) comunicam por escrito com os PM (os destinatários) via Skype (o meio) confirmando a sua disponibilidade e solicitando o envio da PO (a mensagem). Tal como ocorre com os tradutores, os revisores pretendem obter mais detalhes do projeto para poderem gerir o seu tempo da melhor forma (o propósito). Caso não estejam disponíveis, os revisores (as origens) contactam os PM (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) apresentando uma justificação viável para a sua indisponibilidade (a mensagem). Os revisores desejam ser contactados para futuros trabalhos de revisão (o propósito).

Os PM (as origens) comunicam por escrito com os revisores (os destinatários) via e-mail (o meio) enviando-lhes a PO e requisitando um registo das alterações efetuadas durante o processo de revisão (a mensagem). Os PM pretendem fornecer aos revisores todos os materiais necessários para um processo de revisão de qualidade e obter *feedback* que possam fornecer aos tradutores (os propósitos). As alterações aos projetos normalmente são registadas em tabelas no Excel ou apresentadas num documento Word.

Os elementos do modelo de comunicação são novamente invertidos quando o processo de revisão é finalizado e os revisores fazem a entrega do projeto no portal Plunet. Os revisores (as origens) contactam os PM (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) informando-os de que o processo de revisão foi terminado e enviam em anexo o registo das alterações (a mensagem). Os revisores tencionam confirmar a entrega do projeto e fornecer aos PM informações vitais que proporcionem qualidade dos serviços de tradução especializada (o propósito).

Os PM (as origens) poderão ter de estabelecer novo contacto com os revisores (os destinatários) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-os de dúvidas apresentadas pelos tradutores (a mensagem). Os PM pretendem obter justificações relativas às alterações dos revisores de modo a poderem transmiti-las aos tradutores (o propósito). Normalmente, os revisores apresentam estas justificações no momento em que entregam o registo das alterações. Por essa razão, este tipo de comunicação apenas é estabelecido quando tal situação não se verifica.

#### 3.1.6. PM e tradutores em regime *freelancer* (fase final)

Após o processo de revisão, os PM (as origens) contactam novamente os tradutores em regime *freelancer* (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) enviando-lhes o registo das alterações efetuadas pelos revisores (a mensagem). Os PM desejam melhorar a qualidade da tradução através da entrega de *feedback* aos tradutores (o propósito). Como referido anteriormente, os tradutores em regime *freelancer* (as origens) podem comunicar por escrito com os PM (os destinatários) via Skype (o meio) agradecendo o *feedback* enviado e informando-os acerca das suas dúvidas no que concerne as alterações (a mensagem). Os tradutores em regime *freelancer* desejam obter um esclarecimento relativo a essas mesmas dúvidas (o propósito). Nestes casos, os PM atuam como mediadores entre os tradutores e os revisores externos.

#### 3.1.7. Clientes e PM (fase final)

Após a revisão do projeto, os PM encarregam-se da entrega do projeto aos clientes. Os PM (as origens) contactam os clientes (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) enviando-lhes a versão final do projeto e solicitando o pagamento pela execução do mesmo (a mensagem). Os PM pretendem

entregar o projeto o mais rapidamente possível de modo a poderem orientar novos projetos (o propósito). De seguida, os elementos do modelo de comunicação são invertidos. Os clientes (as origens) comunicam por escrito com os PM (os destinatários) via e-mail (o meio) confirmando a receção do projeto e agradecendo o cumprimento do prazo, se aplicável (a mensagem). Os clientes pretendem reafirmar a confiança e o compromisso com a empresa de tradução (o propósito).

### 3.1.8. PM e moderadores linguísticos

Uma comunicação recorrente entre os PM e os moderadores linguísticos é essencial. Os moderadores linguísticos (as origens) entram em contacto com os PM (os destinatários) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) entregando-lhes *feedback* relativo às traduções (a mensagem). Os moderadores linguísticos pretendem fornecer informações úteis de modo a melhorar a qualidade da tradução (o propósito). Este tipo de comunicação normalmente ocorre após o processo de revisão. Os moderadores linguísticos analisam traduções de diversos recursos e enviam uma avaliação com base nos erros detetados. Quando os moderadores linguísticos atribuem umas avaliações negativas ou menos positivas a alguns tradutores incluem na sua comunicação escrita via e-mail uma nota na qual indicam aos PM que devem reencaminhar o *feedback* aos tradutores visados inquirindo-os acerca da avaliação. Os elementos do modelo de comunicação são invertidos quando os PM (as origens) estabelecem contacto com os moderadores linguísticos (os destinatários) através do meio anterior notificando-os acerca do envio do *feedback* e da opinião dos tradutores (a mensagem). Os PM pretendem melhorar a qualidade das traduções e satisfazer os pedidos dos moderadores linguísticos (o propósito).

Por vezes, os moderadores linguísticos (as origens) comunicam por escrito com os PM (os destinatários) via e-mail (o meio) enviando-lhes não só o *feedback* como também a definição de uma regra comum a ser aplicada por todos os tradutores (a mensagem). Os moderadores linguísticos têm como principal objetivo uniformizar todos os aspetos relacionados com a terminologia e com as regras de pontuação dos projetos (o propósito). Por exemplo, quando se trabalha com textos de publicidade e marketing, a tradutora estagiária assim como os restantes recursos recebem instruções acerca da nova pontuação a aplicar durante as enumerações. Este tipo de comunicação é estabelecido devido a inconsistências nas diversas traduções.

### 3.1.9. Assistente de marketing e colaborador externo

A nível externo, a assistente de marketing trabalha com um colaborador externo. A assistente de marketing (a origem) entra em contacto com o colaborador externo (o destinatário) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio). A assistente de marketing apresenta as suas estratégias de comunicação, a nível das redes sociais e das brochuras comerciais (a mensagem) pretendendo obter uma opinião acerca da pertinência dessas mesmas estratégias (o propósito). A assistente de marketing (a origem) pode também contactar o colaborador externo (o destinatário) através do meio anterior para apresentar estratégias que impulsionem o crescimento da empresa (a mensagem). A assistente de marketing pretende obter orientação, nomeadamente acerca dos melhores métodos para atrair clientes (o propósito). Os elementos do modelo de comunicação são invertidos quando o colaborador externo (a origem) contacta a assistente de marketing (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-a da sua perspectiva acerca das estratégias divulgadas (a mensagem). O colaborador externo pretende ter um papel fundamental no que concerne o crescimento da empresa (o propósito).

Este contacto também pode ser estabelecido de outras duas maneiras. A primeira consiste numa comunicação escrita via e-mail quando envolve o envio de ficheiros demasiados grandes. A segunda maneira consiste numa comunicação oral via chamada quando a assistente de marketing tem uma maior urgência em debater estas estratégias.

Através da leitura deste terceiro capítulo, é possível identificar as principais diferenças entre as cadeias de comunicação a nível interno e a nível externo. O número de pessoas envolvidas nas cadeias de comunicação externa é bastante superior ao número de pessoas envolvidas nas cadeias de comunicação interna. Por esse motivo, as cadeias de comunicação externa são também muito mais complexas. Tal como na comunicação interna, é essencial que as cadeias de comunicação externa sejam respeitadas por todos os intervenientes tendo em conta a necessidade de não comprometer o funcionamento da empresa. No entanto, estas cadeias de comunicação externa assumem uma importância ainda maior que as cadeias de comunicação interna. O facto de não se estabelecer uma comunicação oral cara a cara complica a resolução de problemas mais graves, daí a importância de todos os intervenientes contribuírem da melhor forma.



## Capítulo 4- Estudos de caso

Nesta secção vão ser abordados cinco estudos de caso nos quais serão descritas as cadeias de comunicação envolvidas em cada um. Os problemas de pós-edição associados a localização (texto de localização de *software*), localização (texto de turismo), tradução (texto jurídico, texto publicitário e de marketing) e transcrição (texto publicitário e de marketing) terão um papel preponderante nestas cadeias. Cada estudo de caso relaciona-se com uma área de especialização. No entanto, na área de especialização que abrange a publicidade e o marketing serão apresentados dois estudos de caso, devido aos diferentes procedimentos (transcrição e tradução) utilizados.

Na sua análise sobre Estudos de Tradução, Jeremy Munday destaca a abordagem de Reiss que divide a classificação textual em quatro tipos: informativo, expressivo, operativo e “áudio e multimédia”. O texto informativo caracteriza-se por transmitir informações de forma objetiva. Utiliza-se uma dimensão linguística lógica ou referencial na transmissão e o aspeto mais importante da comunicação é o conteúdo ou tópico abordado. O texto expressivo trata-se de uma “composição criativa”. O autor usa a dimensão estética da linguagem. Além disso, o autor ou “emissor” e a forma utilizada para transmitir a mensagem são destacados. O texto operativo tem como principal objetivo apelar ou persuadir o leitor ou “recetor” a agir de uma determinada forma. Por fim, os textos áudio e multimédia são como filmes e anúncios visuais falados ou escritos que complementam os outros três tipos de textos (Munday: 2001, 73-75). A tradutora estagiária vai analisar o modo como estas tipologias de texto se manifestam nas diferentes áreas de especialização dos tipos de textos trabalhados no estágio.

### 4.1. Texto de localização de *software*

Ao contrário do que acontece nas restantes áreas de especialização, não existe PO nos textos de localização de *software* no LEAF. Os PM fazem diariamente a contagem do número de palavras e distribuem os projetos consoante a mesma. Assim sendo, a tradutora estagiária tem acesso ao contexto apenas após a abertura do ficheiro. Neste estudo de caso, o texto de partida consistia numa média de 527 palavras e o principal objetivo era dar instruções acerca do modo como se geram vídeos, como se deve atuar perante a existência de novas atualizações de funcionalidades, como converter contas de armazenamento e configurar determinados mecanismos. Considerando as tipologias de

Reiss, os textos de localização de *software* podem ser inseridos na categoria dos textos informativos (Munday 2001: 73-75). Estas instruções são dadas de forma objetiva, sendo que o aspeto mais importante é fornecer indicações claras ao leitor.

Como referido anteriormente, o contexto no LEAF é limitado. Por esse motivo, os PM e a tradutora estagiária sabiam apenas que o público-alvo da pós-edição se tratava de utilizadores de diversos dispositivos e programas informáticos e desconheciam o modo como o texto de chegada iria ser implementado. Neste sentido, o texto de partida atribuído continha segmentos aleatórios, ou seja, que podiam fazer referência a funcionalidades distintas.

O PM (a origem) contactou a tradutora estagiária (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) inquirindo-a acerca do número de palavras que conseguia pós-editar (a mensagem). O PM pretendia distribuir os projetos, tendo em conta a disponibilidade da tradutora estagiária face aos outros projetos em curso (o propósito).

A tradutora estagiária (a origem) respondeu ao PM (o destinatário) utilizando o meio anterior para o informar de que nesse dia aceitava 1000 palavras (a mensagem). A tradutora estagiária desejava ajudar o PM a distribuir os projetos o mais rapidamente possível, tendo em conta o elevado volume diário (o propósito).

Após a receção do e-mail de atribuição do projeto no portal Plunet, o processo de pós-edição foi iniciado. Durante o processo de pós-edição, a tradutora estagiária (a origem) comunicou por escrito com o PM (o destinatário) via Skype (o meio) inquirindo-o acerca de diversos aspetos da pós-edição (a mensagem). A tradutora estagiária tinha como principal objetivo obter esclarecimentos relativos aos mesmos (o propósito). Estes aspetos consistiam na utilização do modo do verbo adequado e da terminologia correta a aplicar devido à ausência dos termos nas bases terminológicas.

No que concerne o primeiro aspeto mencionado, a tradutora estagiária (a origem) entrou em contacto com o PM (o destinatário) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) inquirindo-o acerca da utilização do modo infinitivo ou imperativo (a mensagem). A tradutora estagiária pretendia obter soluções viáveis dado o contexto limitado existente (o propósito). No LEAF, o contexto de cada segmento consiste apenas de uma frase presente na célula “Resource ID”. Nesse sentido, o PM (a origem) respondeu à tradutora estagiária (a destinatária) utilizando o mesmo meio e recomendou a análise da pontuação e da informação que constava no “Resource ID” como técnicas de resolução

deste problema (a mensagem). O PM tencionava demonstrar como a presença ou ausência de um ponto final e o reduzido contexto existente podiam influenciar o processo de pós-edição (o propósito).

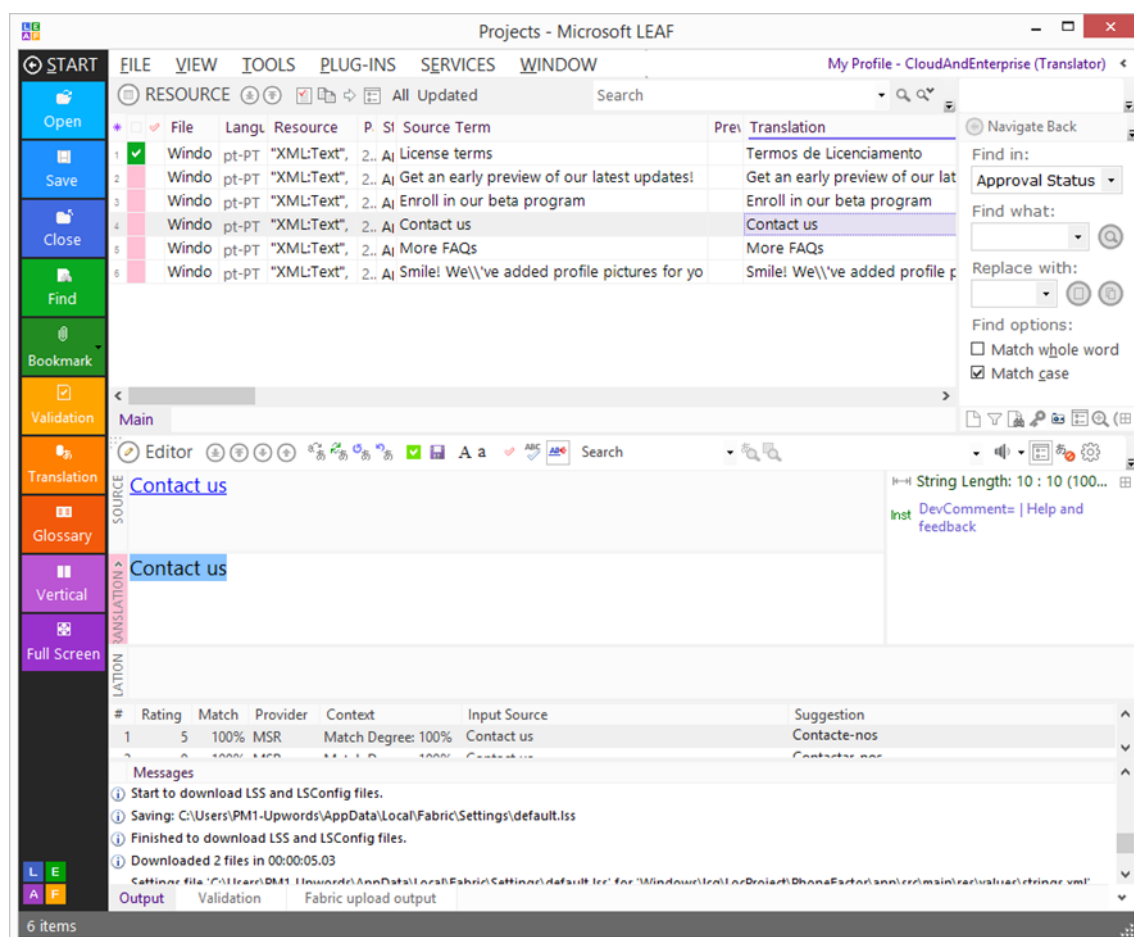


Imagem 3. Exemplo de um painel de tradução no LEAF

### Exemplo 1

“Resource ID”: 13; "xplat\_people\_toggle\_description"

Texto de partida: Generate a timeline view of people in your video

Texto de chegada: Gerar uma vista da linha de tempo das pessoas no seu vídeo

O objetivo desta pós-edição era explicar ao utilizador como tirar partido de uma nova funcionalidade. O “Resource ID” indicava que o segmento em questão se tratava de uma descrição de uma nova funcionalidade que podia ser ativada pelo utilizador. Além

disso, segundo o *The Free Dictionary*, o acrónimo XPLAT significa *Cross Platform*<sup>15</sup> (ou seja, o “Resource ID” especificava também que o segmento em questão ia ser implementado em várias plataformas). A presença do verbo “toggle”, que o Term Studio define como o ato de alterar estados ou modos, determinou que havia grande probabilidade de o segmento vir a ser implementado num botão. Dada a ausência de um ponto final ou da interjeição “please” no texto de partida e, tendo em conta a análise anterior ao “Resource ID”, a tradutora estagiária optou por manter o verbo no modo infinitivo no texto de chegada.

## Exemplo 2

“Resource ID”: 0; "radioButtonDeployAnySupersedenceForFeature.Text"

Texto de partida: Do not expire a superseded feature update until the feature update is superseded for a specified period

Texto de chegada: Não expirar uma atualização de funcionalidades substituída até a atualização de funcionalidades ser substituída por um período de tempo específico

O objetivo desta pós-edição era informar o utilizador da existência de uma nova opção relativa a funcionalidades. Neste caso, o “Resource ID” indicava que o texto de partida abordava a implementação desta nova opção, através da qual o utilizador assegurava-se de que uma atualização de funcionalidades substituída expira apenas por um período de tempo específico. Além disso, o “Resource ID” refere especificamente que o texto presente neste modelo vai ser implementado num botão de opção (No Term Studio, o termo “radio button” tem botão de opção como tradução aprovada. O termo é definido como um controlo padrão que permite a um utilizador escolher a partir de um determinado conjunto de opções exclusivas mutuamente). Na Upwords, a norma é manter todos os verbos que indicam ações a executar quando o utilizador carrega num determinado botão no modo infinitivo. Por isso, essa é a única opção viável de pós-edição.

Para esclarecimento de dúvidas relativas ao segundo aspeto, a tradutora estagiária (a origem) contactou o PM (o destinatário) através de uma comunicação escrita via Skype

---

<sup>15</sup> *The Free Dictionary*. (2019). Farlex, Inc. Consultar <https://acronyms.thefreedictionary.com/XPLAT>

(o meio) e inquiriu-o acerca do melhor procedimento a seguir quando não se localiza um termo nas bases terminológicas (a mensagem). Neste caso, o termo ausente era LFS. A tradutora estagiária tinha como principal objetivo obter mais orientação, visto que considerava as bases terminológicas incompletas e inconsistentes (o propósito).

Na pós-edição de textos desta área de especialização no LEAF, são utilizadas duas bases terminológicas denominadas Term Studio e TRES. Estas bases terminológicas contêm termos, aprovados e não aprovados, o que dificulta a escolha do termo apropriado. Na Upwords, normalmente aplica-se uma norma relativa à tradução dos termos ausentes das bases terminológicas. Quando estão em maiúsculas devem ser mantidos em inglês e quando estão em minúsculas devem ser traduzidos para português. A utilização desta regra deve-se ao facto de a maior parte dos termos técnicos em maiúsculas em inglês ter sido aprovada como tradução na língua de chegada nas respetivas bases terminológicas. Estes termos indicam plataformas e serviços, enquanto os termos em minúsculas não.

Nesse sentido, o PM (a origem) respondeu à tradutora estagiária (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) e aconselhou-a a manter o termo em inglês, sempre que o termo contivesse apenas duas palavras e estivesse em maiúsculas. Caso o termo contivesse mais do que duas palavras, deveria ser traduzido palavra a palavra (a mensagem). O PM pretendia fornecer soluções viáveis de pós-edição (o propósito).

#### Exemplo 1

“ResourceID”: “.resx”, 0; “InvalidSkuConversionForLfsEnabledAccount”

Texto de partida: Storage account {0} is LFS enabled and may not be converted to a georeplication enabled sku

Texto de chegada: A conta de armazenamento {0} é ativada por LFS e não pode ser convertida para um SKU de georreplicação ativado

O objetivo desta pós-edição era informar o utilizador de uma limitação na utilização de uma determinada conta de armazenamento. O principal problema consistia na pós-edição do termo LFS. O “Resource ID” indicava-nos que a conversão do SKU numa conta ativada por LFS é inválida, o que corresponde à informação presente no segmento de partida. Nesse sentido, o “Resource ID” não ajudava a definir o termo. Visto

que LFS se tratava de um acrónimo e a tradutora estagiária desconhecia o significado do mesmo, a única opção era manter o termo como era apresentado no texto de partida.

#### Exemplo 2

“Resource ID”- “.resx”, 0;  
"Manage\_CustomApi\_Create\_FromAzureService\_CorsError"

Texto de partida- Cross-Origin Resource Sharing (CORS) needs to be configured before importing.

Texto de chegada- A Partilha de Recursos de Várias Origens (CORS) tem de ser configurada antes da importação.

O objetivo desta pós-edição era explicar ao utilizador como proceder corretamente durante a configuração de uma funcionalidade. O “Resource ID” indicava que o segmento em questão estava relacionado com gestão de uma API personalizada e criação a partir do Serviço Azure e fazia referência a um erro do CORS. Segundo o Term Studio, o acrónimo CORS corresponde a um mecanismo que permite a recursos restritos numa página web serem solicitados por outro domínio que não pertence ao domínio no qual o recurso teve origem. Tendo acesso ao significado do termo e, seguindo as indicações fornecidas pelo PM, a tradutora estagiária traduziu o mesmo palavra a palavra. No entanto, alterou a ordem das palavras tendo em conta as regras gramaticais portuguesas relativas a frases nominais e substituiu o substantivo composto em posição adjetival por um substantivo e um adjetivo simples. Além disso, alterou o verbo “import” que no texto de partida estava no “presente participle” e optou pela utilização do substantivo “importação” devido à inexistência de um sujeito. Conclui-se que a principal diferença entre o exemplo 1 e o exemplo 2 deve-se ao facto de a tradutora estagiária ter acesso ao significado do acrónimo no exemplo 2, o que facilita o processo de pós-edição do segmento.

Ao terminar o processo de pós-edição, a tradutora estagiária (a origem) contactou o PM (o destinatário) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) e informou-o da entrega do projeto (a mensagem). A tradutora estagiária tencionava aceder ao pedido do PM (o propósito). Mesmo recebendo um e-mail após a entrega de um projeto no portal

Plunet, este PM pede para ser avisado sempre. Este pedido deve-se ao elevado número de tarefas diárias.

#### 4.2. Texto de turismo

O texto de partida trata-se de um texto que fornece indicações sobre os serviços disponíveis em hotéis a ser implementado no site de uma empresa de viagens. Destina-se a todos os visitantes do site que tencionem viajar. Segundo as tipologias de Reiss, este tipo de textos pode ser classificado como texto informativo (Munday 2001: 73-75). Tratando-se de instruções sobre procedimentos a seguir em hotéis, o principal objetivo é informar os leitores das condições e regras que devem analisar durante o planeamento de viagens.

A PM (a origem) comunicou por escrito com a tradutora estagiária (a destinatária) via Skype (o meio) informando-a da chegada de um novo projeto de 630 palavras no XTM Cloud (a mensagem). A PM tencionava requisitar os serviços da tradutora estagiária para que esta pudesse ser acompanhada de perto na localização deste tipo de texto (o propósito).

Durante o processo de localização, a tradutora estagiária (a origem) contactou a PM (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) inquirindo-a acerca da melhor tradução do termo “twin beds” (a mensagem). A tradutora estagiária pretendia obter um esclarecimento viável relativo às diversas opções de tradução disponíveis (o propósito).

A PM (a origem) respondeu à tradutora estagiária (a destinatária) através do meio anterior aconselhando-a a utilizar a tradução que tinha o maior número de ocorrências na TB *online* (a mensagem). A PM pretendia ajudar a tradutora a escolher a melhor opção de tradução. Segundo a sua perspetiva, a utilização da TB *online* deve-se ao facto de ser considerada o motor de busca mais fiável em comparação com os outros glossários (o propósito). A tradutora estagiária considera que esta estratégia pode impulsionar a proliferação em ciberespaço de opções pouco apropriadas e, por isso, é necessário averiguar cuidadosamente se as opções que constam na TB são as mais adequadas.

Neste caso específico, o termo que tinha o maior número de ocorrências na TB era “camas individuais.”

Após o processo de revisão, a PM (a origem) contactou a tradutora estagiária (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) enviando-lhe um gráfico em Excel no qual foram registadas as alterações e informando-a da conclusão do processo de revisão (a mensagem). A PM pretendia que a tradutora estagiária verificasse as alterações efetuadas, nomeadamente a alteração do termo “camas individuais” para “camas duplas”. Após a leitura, a tradutora estagiária (a origem) comunicou por escrito com a PM (a destinatária) via Skype (o meio) questionando-a acerca da alteração da tradução do termo “twin beds”. A PM (a origem) respondeu à tradutora (a destinatária) através do meio anterior informando-a de que se tratava de uma revisão externa (a mensagem). A PM desejava explicar o motivo pelo qual não podia justificar as alterações (o propósito). Conclui-se que o facto de o revisor ser um PM ou a tradutora *in-house* facilita o esclarecimento de dúvidas relativas a determinadas alterações efetuadas.

#### Exemplo 1

Texto de partida- “Guests booked in this property’s triple Room types may request 2 twin beds as an alternative to 1 king bed in advance for a fee of EUR 10 per stay at check-in.”

Tradução- “Os clientes que efetuarem reserva dos quartos da categoria “Triplo” poderão pedir 2 camas individuais como alternativa a 1 cama-king se pagarem uma taxa de 10 EUR por estadia no check-in.”

Revisão- “Os clientes que efetuarem reserva dos quartos da categoria “Triplo” poderão pedir 2 camas duplas como alternativa a 1 cama-king se pagarem uma taxa de 10 EUR por estadia no check-in.”

Possíveis traduções para o termo- “camas individuais”, “camas duplas” e “camas twin”.

No exemplo 1, o principal problema relaciona-se com a tradução do termo “twin beds” (associado a hotelaria) tratando-se de um problema terminológico. Em inglês, existem dois termos semelhantes que fazem referência a camas: “twin bed” e “double bed”. Segundo o *Cambridge Dictionary*, uma “twin bed” é uma cama que pertence a um



par de duas camas, sendo que cada cama é suficientemente grande para uma pessoa<sup>16</sup>. “Double bed” é um termo que define uma “cama de casal” suficientemente grande para duas pessoas<sup>17</sup>. A alteração do revisor para “camas duplas” associa-se ao conceito de “double bed. A tradutora estagiária considera, por isso, que a utilização do termo “camas individuais” é a opção correta. As imagens presentes em conjunto com a definição dos termos no *Cambridge Dictionary* são extremamente úteis na determinação da melhor opção de tradução.

Nos textos de turismo, existe outro problema que deve ser abordado: o modo como a MT pode influenciar a localização. A qualidade na MT deste tipo de textos é reduzida. Esta falta de qualidade relaciona-se com a frequente alteração de estruturas da frase e de terminologia a aplicar. Os gráficos em Excel, referidos anteriormente, são enviados com o intuito de evitar inconsistências nas fórmulas utilizadas na língua de chegada. É extremamente importante seguir todas as normas e regras de modo rigoroso, aspetos a serem verificados no processo de revisão. A modificação do formato da data e hora (associado a uma determinada cultura), que pode ser considerado um aspeto menor, também tem de ser analisado cuidadosamente.

## Exemplo 2

Texto de partida- “Breakfast is served at 7:30 AM on Monday and Saturday.”

Localização- “O estabelecimento começa a servir o pequeno-almoço às 07:30, às segundas e aos sábados.”

Revisão- Às segundas e aos sábados, o estabelecimento começa a servir o pequeno-almoço às 07:30.

No exemplo 2, é possível analisar que os formatos de data e hora variam nos textos de partida e de chegada sendo, por isso, necessário efetuar um serviço de localização. Se estes aspetos do texto forem ignorados, existe o risco de os recetores

---

<sup>16</sup> *Cambridge Dictionary*. (2019). Cambridge University Press, Consultar <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/twin-bed>

<sup>17</sup> *Cambridge Dictionary*. (2019). Cambridge University Press, Consultar <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/double-bed>

considerarem o texto incoerente tendo em conta o contexto comunicativo e a cultura. Na Upwords, a norma é colocar as datas no início da frase na língua de chegada ao contrário do que acontece na língua de partida.

#### 4.3. Texto jurídico

O texto de partida consiste num contrato que apresenta os termos e condições da encomenda de dispensadores para papel higiénico através de uma empresa de produtos de higiene e saúde global. O público-alvo consiste nos clientes dessa empresa.

A PM (a origem) comunicou por escrito com a tradutora estagiária (a destinatária) via Skype (o meio) inquirindo-a acerca da sua disponibilidade para aceitar um projeto jurídico de 750 palavras no memoq (a mensagem). A PM pretendia que a tradutora estagiária tivesse oportunidade de traduzir textos de diversas áreas de especialização (o propósito).

Assim que a tradutora estagiária aceitou o projeto, a PM atribuiu o projeto no portal Plunet e forneceu as credenciais necessárias para obter acesso ao memoq.

Ao terminar o processo de tradução, a tradutora estagiária (a origem) contactou a PM (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) requisitando *feedback* após o processo de revisão (a mensagem). Sendo este um tipo de texto com o qual a tradutora estagiária não trabalhava com frequência, a mesma desejava obter indicações que lhe permitissem melhorar em futuras traduções (o propósito).

A revisora (a origem), uma PM da empresa, comunicou por escrito com a tradutora estagiária (a destinatária) via e-mail (o meio) enviando-lhe um documento Word no qual se encontrava o registo das alterações efetuadas. A revisora requisitou a leitura e análise destas alterações (a mensagem). A mesma tinha como principal objetivo ajudar a tradutora estagiária a melhorar as suas capacidades (o propósito).

A revisora assinalou a vermelho a parte da frase alterada e deixou um comentário no qual justificou a pertinência da alteração.

##### Exemplo 1

Texto de partida- “Each order must be for a minimum of XX dispensers and is subject to the terms and conditions set forth on the last page of this form.”

Tradução- “Cada encomenda deve ser de um mínimo de XX dispensadores e **estar sujeita aos termos e condições** estabelecidos na última página deste formulário.”

Revisão- “Cada encomenda deve ser de um mínimo de XX dispensadores e **estar em conformidade** com os termos e condições definidos na última página deste formulário.”

Comentário- “Estar em conformidade é uma expressão mais adequada num contexto de linguagem jurídica portuguesa”.

O objetivo desta tradução é explicar ao utilizador como deve proceder relativamente à encomenda de dispensadores e informar o mesmo dos termos e condições existentes. Segundo o dicionário *Translegal*, a expressão “subject to” significa que a ocorrência de um segundo evento depende da ocorrência do primeiro<sup>18</sup>. Neste contexto, o ato de encomendar dispensadores implica respeitar os termos e condições do formulário. Segundo o *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, a expressão “estar em conformidade” significa “de modo conforme, de acordo com algo”<sup>19</sup>. Devido ao contexto cultural associado a uma linguagem jurídica exclusivamente portuguesa, esta expressão torna-se a opção de tradução mais adequada.

## Exemplo 2

Texto de partida- “If you discontinue use of the (...) Refills in the Dispensers for any reason after the term of this Agreement, (...) may demand the return of the Dispensers and all costs incurred in removing the Dispensers and restoring your property to its original condition shall be your responsibility.

Tradução- “Se não continuar a utilizar as Recargas da (...) nos Dispensadores por qualquer razão após o termo deste Contrato, a (...) pode pedir a devolução dos Dispensadores e todas as despesas decorrentes da remoção dos Dispensadores e da restauração da sua propriedade à condição original **devem ser** responsabilidade sua.”

---

<sup>18</sup> *Translegal*. (2019). Consultar <https://www.translegal.com/legal-english-dictionary/subject-to>

<sup>19</sup> *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. (2018). Priberam Informática S. A. Consultar <https://dicionario.priberam.org/conformidade>

Revisão- “Se, por qualquer razão, não voltar a utilizar as recargas da (...) nos Dispensadores após o termo deste Contrato, a (...) pode solicitar a devolução dos mesmos. Além disso, a (...) **não será responsável** pelas despesas decorrentes da remoção dos Dispensadores e da restauração da propriedade à sua condição original.”

Comentário- “Dividir a frase contribui para a fluência do texto. É comum a utilização do futuro nos textos jurídicos portugueses.”

O objetivo desta tradução é dar informações sobre possíveis consequências da utilização descontinuada dos dispensadores. O principal problema consiste na tradução mais correta de “shall”. Segundo o dicionário *Translegal*, “shall” é um verbo modal utilizado para indicar uma ação que deve ser tomada ao contrário do verbo modal “may” utilizado para expressar possibilidade<sup>20</sup>. Por isso, o termo “shall” é normalmente associado a uma obrigação ou a um dever, interpretado dessa forma pela tradutora estagiária. No entanto, após análise, justifica-se a alteração da revisora. A mesma optou por utilizar o futuro neste contexto, porque se trata de uma consequência de uma possível ação dos utilizadores, ou seja, uma ação incerta. Se os dispensadores continuarem a ser utilizados, esta consequência fica sem efeito.

Considerando as tipologias de Reiss, a natureza dos excertos de textos jurídicos presentes neste relatório é informativa, visto que o principal objetivo é fornecer instruções relativas ao funcionamento de um determinado produto (neste caso, os dispensadores) (Munday 2001: 73-75). No entanto, tendo em conta o exemplo 2, é possível considerar igualmente a existência de uma natureza performativa. A linguagem jurídica também é utilizada para persuadir o leitor a realizar determinada ação (Cao 2007:14). Se o utilizador não continuar a utilizar as recargas nos dispensadores, terá diversas despesas indesejadas. Nesse sentido, é possível considerar que existe um incentivo à utilização das recargas.

---

<sup>20</sup> *Translegal*. (2019). Consultar <https://www.translegal.com/legal-english-dictionary/shall>

#### 4.4. Textos publicitários e de marketing

##### Estudo de caso 1

No primeiro tipo de textos desta área de especialização, o texto de partida consiste em 25 palavras e a finalidade do mesmo é comercializar um produto demonstrando como o mesmo pode proporcionar prazer em diversas situações da nova estação (neste caso, o Inverno).

A PM (a origem) contactou a tradutora estagiária (a destinatária) através de uma comunicação oral cara a cara (o meio) informando-a de que tinha recebido este projeto e dizendo-lhe que a tradutora que normalmente se encarrega deste tipo de projetos não se encontrava disponível nesse momento (a mensagem). A PM tencionava fornecer dados concretos acerca do projeto e obter indicações acerca da disponibilidade da tradutora estagiária (o propósito).

Assim que obteve a confirmação, a PM (a origem) comunicou por escrito com a tradutora estagiária (a destinatária) via Skype (o meio) informando-a da atribuição do projeto e agradecendo a colaboração. A PM pediu à tradutora estagiária que apresentasse três opções de transcrição, a pedido do cliente (a mensagem). A PM pretendia que a tradutora estagiária iniciasse a transcrição o mais rápido possível (o propósito).

Durante o processo de transcrição propriamente dito, a tradutora estagiária não estabeleceu contacto com nenhum elemento da empresa. Aquando do término da transcrição, a tradutora estagiária (a origem) entrou em contacto com a PM (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-a da entrega da transcrição (a mensagem). A tradutora estagiária desejava obter *feedback* de modo a poder melhorar no futuro (propósito).

A revisora (a origem), que foi a tradutora *in-house* da empresa, contactou a tradutora estagiária (a destinatária) através de uma comunicação oral cara a cara (o meio). A revisora elogiou o seu trabalho, mas aconselhou a tradutora estagiária a não tomar tantas liberdades nas transcrições (a mensagem). A revisora tinha como principal objetivo certificar-se de que a tradutora estagiária entendia a importância da receção deste *feedback* e o motivo pelo qual o cliente poderia não aprovar a primeira versão das transcrições (o propósito).

Exemplo:

Texto de partida: “It’s that time of the year again. A cozy blanket, a warm fireplace, a good book. Are you a fan of the winter season?”

Transcrição 1: “É verdade, a melhor época do ano voltou. Tem saudades de passar os seus dias frente à lareira a ler um bom livro com uma manta no colo? As novas tendências da estação (...) sempre consigo.”

Revisão 1: “É verdade, a melhor época do ano voltou. Tem saudades da manta quente, da lareira e de ler um bom livro? É fã do inverno?”

Transcrição 2: “Já sente a falta de um dia passado em frente à lareira a ler um bom livro com uma manta no colo? Não se preocupe, o inverno (...) está aí à porta.”

Revisão 2: “O tempo frio chegou. Já sente a falta da manta quente, da lareira e de ler um bom livro? É fã da nova estação?”.

Transcrição 3: “Olá, mantas quentes. Olá, lareiras. Olá, bons livros. É fã das tendências de inverno (..)?”.

Revisão 3: “A nova estação chegou. Uma manta aconchegante, uma lareira quente e um bom livro. É fã do inverno?”.

O objetivo desta transcrição é apelar à compra de um produto. Nesse sentido, a tradutora estagiária tentou ser criativa e não descurar a função do texto de partida. De acordo com as tipologias de Reiss, este texto pode ser classificado como um texto expressivo. A transcrição utiliza os artifícios da linguagem e a beleza das palavras para transmitir a mensagem indiretamente (Munday 2001: 73-75).

Na transcrição 1, a tradutora estagiária acrescentou vários elementos que não estavam presentes no texto de partida. As expressões introduzidas são utilizadas para despertar diversas sensações no possível consumidor. A expressão “É verdade” é utilizada com o intuito de despertar uma sensação de felicidade ao recordar uma estação que traz memórias inesquecíveis. A expressão “Tem saudades de” é inserida com o principal objetivo de despertar uma sensação de familiaridade no possível consumidor. Ao contrário do que ocorre no texto de partida, a tradutora estagiária escolheu juntar os

elementos característicos do Inverno. Além disso, decidiu fazê-lo em forma de pergunta de modo a dirigir-se diretamente ao leitor. No que concerne a última frase, a tradutora estagiária optou por uma transcrição ainda mais criativa. Em vez de utilizar a pergunta “Gosta do inverno?” optou por lembrar o possível consumidor de que pode contar sempre com os melhores produtos, incluindo as novas tendências de qualquer estação.

Na transcrição 2, a primeira alteração deveu-se à utilização de duas e não de três frases. A primeira frase é semelhante à segunda frase da transcrição 1. A intenção da tradutora estagiária é despertar uma sensação de nostalgia quando o possível consumidor recordar os dias rigorosos de inverno. Na segunda frase, a tradutora estagiária optou por remover a pergunta. Depois de criar a sensação de nostalgia, a tradutora estagiária lembra o consumidor de que o Inverno se aproxima, o que constitui mais um motivo para comprar o produto e reviver esses dias.

Na transcrição 3, a tradutora estagiária optou por uma técnica diferente em quatro frases. Utilizou os três elementos do inverno mencionados no texto de partida e repetiu a interjeição “olá” com o objetivo de despertar uma sensação de diversão no possível consumidor. Ao contrário do que ocorre nas transcrições anteriores, a tradutora estagiária manteve a pergunta existente no texto de partida, mas alterou ligeiramente a frase. Introduziu a palavra “tendências” de modo a mencionar diretamente o produto a vender.

Comparando as transcrições e as revisões, é possível concluir que a revisora considerou que a tradutora estagiária tomou demasiadas liberdades na abordagem das transcrições. Por esse motivo, decidiu fazer algumas alterações através das quais o texto de chegada fosse mais fiel ao texto de partida.

A principal alteração na transcrição 1 deve-se ao facto de a mesma ser muito extensa. A extensão justifica assim a opção por uma transcrição que tivesse em maior consideração o texto de partida através da utilização da pergunta: “É fã do Inverno?”.

No que concerne a transcrição 2, a revisora decidiu manter as três frases presentes no texto de partida. O possível consumidor associa de imediato a frase “O tempo frio chegou” ao Inverno enquanto que na original transcrição 2, o processo de assimilação decorre gradualmente, à medida que os elementos são apresentados. De modo a não repetir exatamente a mesma pergunta, a revisora modificou a mesma para “É fã da nova

estação?”. O cliente pede especificamente versões diferentes das transcrições para poder escolher a versão que mais lhe agradar.

Por fim, a revisão da transcrição 3 apresenta o maior número de alterações. A revisora manteve as três frases presentes no texto de partida e eliminou a repetição da interjeição “Olá”. Decidiu utilizar novamente a expressão “nova estação”, mas na primeira frase e não na última pergunta. Na segunda frase, manteve os três elementos existentes no texto de partida associados a um dia de inverno rigoroso e, por fim, repetiu a pergunta “É fã do Inverno?” que utilizou na revisão da transcrição 1. A tradutora estagiária considera que a revisão da transcrição 3 é a revisão que tem em maior consideração o texto de partida.

## Estudo de caso 2

O texto de partida do segundo tipo de textos desta área de especialização tem 357 palavras e o público-alvo do mesmo são anunciantes em plataformas de redes sociais. O propósito desta tradução é fornecer informações acerca do modo como se podem publicar anúncios nestas plataformas e alcançar mais pessoas. Devido a estas características e, tendo em conta as tipologias de Reiss, este tipo de texto pode ser classificado como um texto informativo (Munday 2001: 73-75).

A PM (a origem) contactou a tradutora estagiária (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) informando-a dos diversos projetos disponíveis e inquirindo-a acerca da sua disponibilidade (a mensagem). A PM tencionava distribuir os projetos da melhor forma possível tendo em conta o número limitado de recursos disponíveis (o propósito).

Após a confirmação de disponibilidade, a tradução foi iniciada. Durante o processo de tradução, a tradutora estagiária (a origem) comunicou por escrito com a PM (a destinatária) via Skype (o meio) informando-a da existência de uma inconsistência na terminologia que estava a dificultar a tradução (a mensagem). Nesta situação específica, os termos “listing” e “ad” tinham ambos “anúncio” como tradução aprovada na secção com as iniciais TB. A tradutora estagiária não sabia como modificar a seguinte frase “Boosting your listing turns your Marketplace listing into an ad”. Se seguisse as indicações da TB, a tradução final não teria qualquer sentido e seria “Ao promoveres o teu anúncio transformas o teu anúncio do Marketplace num anúncio”. Nesse sentido, a



tradutora estagiária pretendia obter informações acerca da melhor forma de resolver o problema e da melhor tradução a aplicar (o propósito). A PM (a origem) entrou em contacto com a tradutora estagiária (a destinatária) através de uma comunicação escrita via Skype (o meio) dizendo-lhe que iria relatar o sucedido à moderadora linguística (a mensagem). A PM desejava que o processo de tradução prosseguisse. No entanto, a tradutora estagiária deveria esperar pela resposta da moderadora linguística antes de entregar a tradução final (o propósito).

A PM (a origem) comunicou por escrito com a moderadora linguística (a destinatária) via e-mail (o meio) avisando-a da problemática existente e inquirindo-a acerca de uma possível solução para a mesma (a mensagem). A PM pretendia resolver as inconsistências presentes na tradução (o propósito).

Após algumas horas, a moderadora linguística (a origem) estabeleceu contacto com a PM (a destinatária) através de uma comunicação escrita via e-mail (o meio) apresentando uma tradução alternativa para esta situação específica (a mensagem). Essa tradução foi “Ao promoveres os teus anúncios, estás a transformar o teu artigo do Marketplace num anúncio”. Ou seja, “listing” seria traduzido como “artigo” e não como “anúncio”. A moderadora linguística tinha a intenção de fornecer uma opção de tradução viável (o propósito).

Assim que implementou o *feedback*, a tradutora estagiária entregou o projeto no portal Plunet.

O objetivo desta tradução consiste em explicar ao utilizador uma das possíveis opções de criação de um anúncio e o principal problema consiste na tradução do termo “listing”. De modo a encontrar a melhor opção de tradução, é fundamental entender o significado do mesmo. Segundo o *Cambridge Dictionary*, “listing” consiste numa lista de informações que são publicadas regularmente ou num artigo pertencente a uma lista<sup>21</sup>. Tendo em conta esta definição, a tradutora estagiária considera que a moderadora linguística optou pelo termo “artigo”, porque “listing” fazia referência a um artigo numa lista. Neste estudo de caso, é possível concluir que a utilização do mesmo termo na língua de chegada com o intuito de fazer referência a dois termos diferentes na língua de partida

---

<sup>21</sup> *Cambridge Dictionary*. (2019). Cambridge University Press.  
Consultar <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/listing>.

causa conflito. Nesse sentido, a alteração do termo foi essencial e a moderadora linguística teve um papel fundamental na resolução do problema.

Através da descrição destes cinco estudos de caso, identificam-se as diferentes cadeias de comunicação e os problemas dos serviços de tradução especializada pretendidos associados a cada tipo de texto. Estes estudos de caso são analisados a partir da perspectiva da tradutora estagiária, sendo o envolvimento do cliente nos projetos omitido. Esta situação deve-se ao facto de a tradutora estagiária desconhecer o teor dos conteúdos das conversas entre os clientes e os PM. Nestes casos específicos, o cliente não participa ativamente no desenvolvimento ou na resolução dos projetos o que justifica a sua omissão. Foram os PM que forneceram as instruções de resolução dos problemas. Excluindo o caso no qual se inclui o envolvimento da moderadora linguística devido a uma inconsistência na TB, os elementos fundamentais destes estudos de caso são os PM, a tradutora estagiária e os revisores. Todos têm como função principal entregar os projetos dentro do prazo com a melhor qualidade possível.

## Conclusão

A realização deste estágio curricular contribuiu para a inserção da estagiária no mercado de tradução, dando-lhe uma oportunidade de pôr em prática os conhecimentos teórico-práticos adquiridos durante a componente letiva do Mestrado em Tradução Especialização em inglês. Sendo a Upwords uma empresa de pequena dimensão, a estagiária teve a possibilidade de ter um contacto mais próximo com todos os elementos da empresa. Nesse sentido, a mesma estabeleceu diálogos com os elementos das diversas hierarquias da empresa de modo a poder adquirir informações acerca das funções e das principais diferenças existentes entre essas mesmas hierarquias.

A oportunidade de trabalhar com textos de um abrangente leque de áreas de especialização permitiu a aquisição de diversas competências práticas relacionadas com os diversos serviços de tradução especializada pretendidos. Estas experiências contribuíram para o crescimento da tradutora estagiária em termos pessoais, académicos e profissionais. Além da evolução a nível das competências de tradução, o tema principal deste relatório levou à aquisição de competências teóricas acerca de direção, *vendor management*, *business development management*, administração, gestão de projetos e assistência de marketing. A investigação destas áreas tornou possível o desenvolvimento de uma perspetiva mais aprofundada em relação a diversos aspetos fundamentais no funcionamento e na comunicação de uma empresa de tradução.

A comunicação com os clientes e com os tradutores em regime *freelancer* é decisiva para assegurar o bom funcionamento de todos os setores e a exploração destes componentes é essencial para determinar se os métodos comunicativos estão a ser aplicados da melhor forma. Determinou-se que a comunicação interna e a comunicação externa variam nos intervenientes e no teor dos conteúdos das conversações, mas os métodos de comunicação utilizados são os mesmos. A nível dos intervenientes, a principal diferença relaciona-se com o número dos mesmos na comunicação externa que é consideravelmente superior. A nível do teor dos conteúdos das cadeias de comunicação, a única semelhança reside na comunicação com os tradutores em regime *freelancer*. Esta comunicação é equivalente à comunicação com os tradutores *in-house* e a principal diferença reside na inexistência de comunicação cara a cara a nível externo (excetuando as presenças em eventos associadas à área de marketing).

Além dos conhecimentos adquiridos acerca dos métodos de comunicação na área da tradução, também se aprofundaram noções acerca de diversos aspetos de uma área essencial em qualquer empresa, a área de marketing. Constata-se que a área de tradução e a área de marketing são áreas distintas na sua essência, mas com igual nível de importância. A área de marketing é fundamental no crescimento, ou seja, no desenvolvimento de uma empresa no mercado. Nesse sentido, aspetos como as estratégias utilizadas em eventos e as publicações nas redes sociais são determinantes.

Espera-se que este relatório tenha um papel relevante em futuros avanços nestas áreas de estudo, apresentando uma perspetiva teórica e prática do funcionamento e comunicação numa empresa de tradução em Portugal.

## Referências bibliográficas

- Krizan A.C., Merrier P., Logan J., Williams K. (2007). *Business Communication*. 7th edition, Josey-Bass
- Allen, J. (2003) "Post-editing" in *Computers and Translation. A translator's guide*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Bowker, L. (2002). *Computer-aided Translation Technology*. Ottawa: University of Ottawa Press.
- Cao, D. (2007). *Translating Law*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Cao, D. (2010). "Translating Law" in Y. Gambier and L.v. Doorslaer (eds.) *Handbook of Translation Studies, Vol.1* Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Durutta, N. (2006). "The Corporate Communicator: A Senior-Level Strategist" in Gillis T. (ed). *The IABC Handbook of Organizational Communication: A Guide to Internal Communication, Public Relations, Marketing and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a Profession*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Himstreet, W. C e Baty, W. (1987). "Communication Foundations and Process" in *Business communication: principles and methods* (Eighth Edition). Boston, Mass.: Kent Pub. Co.
- International Organization for Standardization. (2016). *Translation services -- Requirements for translation services (ISO 17100:2015)*. Retirado de: <https://www.iso.org/standard/59149.html>
- Lampreia, J. (1998). *Comunicação Empresarial*. Texto Editora
- Lasswell, H. (1948). Bryson, L. (ed.). *The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies.
- Munday, J. (2001). *Introducing Translation Studies*. London: Routledge.
- Muñoz, I. (2010). *Tourist translations as a mediation tool: misunderstandings and difficulties*. Málaga: Universidad de Málaga.

Poibeau, T. (2017). *Machine translation*. Cambridge and London: The MIT Press.

Pym, A. (2010). *Localization, training and fragmentation*. Intercultural Studies Group Universitat Rovira i Virgili Tarragona, Spain. Acedido a 25 de abril em

<http://usuaris.tinet.cat/apym/on-line/translation/translation.html>

Ramos, A. "Transcreación y copywriting EN-ES". Trágora Formación. 2016. Web. [http://www.tragoraformacion.com/formaciontraductores/seminarios/seminario-gratis-introduccion-a-la-traduccionpublicitaria/?utm\\_content=buffer19496&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](http://www.tragoraformacion.com/formaciontraductores/seminarios/seminario-gratis-introduccion-a-la-traduccionpublicitaria/?utm_content=buffer19496&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer)

Valdés, C. (2010) "Advertising translation" in Y. Gambier and L. v. Doorslaer (eds.) *Handbook of Translation Studies, Vol. 2*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.

Van Riel C., Fombrun, C. (2010) *Essentials of Corporate Communication*. Routledge

"What is software localization?", SDL, 2019, Web. 21 de outubro de 2019.

<http://www.sdl.com/technology/language-technology/what-is-softwarelocalization.html>

## Anexos

Anexo A- Impacto dos erros nos textos de localização de software

Anexo B- Classificação dos erros nos textos de localização de software

Anexo C- Tabelas de orientação para traduções de textos de turismo e viagens

## Anexo A

| Impact        | Explanation  | Comment  |
|---------------|--|--|
| Critical      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• An error which clearly results in legal issues for Microsoft or cause product support calls or embarrassment to Microsoft. Occurrence of this type of error results in immediate return of the project to the Localization Vendor for re-work.</li> </ul>   | 1 critical error leads to a fail.                                    |
| High impact   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Any error that misleads and confuses the user completely to the extent that the user may not be able to proceed, e.g. carrying a meaning opposite to the source meaning;</li> <li>• An error caused by the Translation Team ignoring the context/instructions available at the time of translation (e.g. developer comments, page, product).</li> </ul>   | High impact errors are 5 times "heavier" than a normal impact error. |
| Normal impact | <ul style="list-style-type: none"> <li>• An error that impacts the user's ability to perform the task or comprehend the text correctly; efforts to work out the exact meaning or find additional information will affect user's productivity;</li> <li>• Unnatural, inconsistent, incorrect or awkward translation that may cause native language users to pause and think.</li> </ul>             | This is the default error impact.                                    |
| Preferential  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Changes to the original translations that don't count as errors; e.g. they reflect a reviewer's choice or preferred style, a suggestion, or an improvement of a target string that contains no error in the first place. Preferential changes should be implemented if the Translation Team agrees that they improve the original translation.</li> </ul> | Not counted as error.  |
| Instruction   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Changes which don't count towards the score but are mandatory to implement.</li> </ul>  | Not counted as error.  |
| Repeat        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Repetition of the previously reported error.</li> </ul>   | Not counted as error.  |



## Anexo B

| Error Type  | Error Subtype                                      | Description of the error  |
|-------------|--|---|
| Accuracy    | Accuracy - Addition                                | Addition (unnecessary elements in the translation not originally present in the source text)  |
|             | Accuracy - Ambiguous Translation of Source         | Ambiguous translation of a clear source segment   |
|             | Accuracy - Incorrect Translation of Source         | Incorrect interpretation of source text – mistranslation                                      |
|             | Accuracy - Misunderstanding of Concept             | Misunderstanding of technical concept   |
|             | Accuracy - Omission of Essential Element           | Omission (essential element in the source text missing in the translation)                    |
|             | Accuracy - Translation Not Appropriate for Context | 100% match not well translated or not appropriate for context                                 |
|             | Accuracy - Untranslated Text                       | Untranslated text   |
| Language    | Language - Grammar/Syntax                          | Grammar – syntax: noncompliance with target language rules                                    |
|             | Language - Punctuation                             | Punctuation: noncompliance with target language rules or with style guide                     |
|             | Language - Spelling                                | Spelling: errors, incorrect use of accents and capital letters                                |
| Style       | Style - Awkward Syntax                             | Awkward syntax  |
|             | Style - Inconsistent with Reference Material       | Inconsistent with other reference material  |
|             | Style - Inconsistent within Text                   | Inconsistent within text  |
|             | Style - Literal Translation                        | Literal translation   |
|             | Style - Noncompliance with Style Guide             | Noncompliance with company style guides   |
|             | Style - Tone                                       | Tone  |
|             | Style - Unidiomatic Use of Target Language         | Unidiomatic use of target language  |
|             | Style - Lack of Marketing Appeal                   | Translation does not convey the marketing message as effectively as the source                |
| Terminology | Terminology - Inconsistent                         | Inconsistency with generic industry terminology or with other parts of text or project or TM. |
|             | Terminology - Noncompliance (External)             | Noncompliance with 3rd party or product/application terminology                               |
|             | Terminology - Noncompliance (Internal)             | Noncompliance with Microsoft terminology  |
| Kudos       | Kudos  | Praise for exceptional achievement  |
| Client edit | Client edit  | Shows client preferences  |

## Anexo C

|     |  |  |  |   |
|-----|--|--|--|---|
| NEW | The hotel is not responsible for any charges you may incur due to a hold placed on your card.  | O hotel não é responsável pelos custos incorridos devido à retenção efetuada no seu cartão.  | O hotel não é responsável pelos custos incorridos <b>na sequência da retenção de um valor monetário no seu cartão.</b>   |   |
| NEW | Please check with your bank for any funds availability hold details.   | Verifique junto do seu banco os detalhes de retenção e de disponibilização dos fundos.   | <b>Consulte o seu banco para obter informações detalhadas sobre a retenção e a disponibilização dos fundos.</b>  | Preferential  |
|     | This property charges the following mandatory cleaning fees per stay, collected at the property: EUR 40 for Studio (Tipo A CON CLIMA). | Este <b>estabelecimento</b> cobra as seguintes taxas de limpeza obrigatórias por estadia, a pagar no <b>estabelecimento</b> : 40 EUR nas reservas das categorias Estúdio (Tipo A CON CLIMA). | Este <b>estabelecimento</b> cobra as seguintes taxas de limpeza obrigatórias por estadia, a pagar no <b>local</b> : 40 EUR nas reservas das categorias "Estúdio (Tipo A CON CLIMA)". | Avoid repeating "estabelecimento"                         |
|     | This property charges the following mandatory cleaning fees per stay, collected at the property: EUR 60.                               | Este estabelecimento cobra taxas de limpeza obrigatórias de 60 EUR por estadia, a pagar no local.  | Este estabelecimento cobra <b>as seguintes taxas de limpeza obrigatórias por estadia, a pagar no local</b> : 60 EUR.   | Please use this structure.                                |
|     | Breakfast is available by reservation only and cannot be requested after check-in.   | <b>O pequeno-almoço terá de ser reservado</b> e não poderá ser solicitado após o registo de entrada.   | Os clientes terão de reservar o pequeno-almoço e não poderão solicitá-lo após o check-in.  | Please note the passive voice that can be easily avoided. |

